Jahresabschluss zum

31. Dezember 2023

Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring

Bilanz zum 31. Dezember 2023

AKTIVA

in EUR

	31.12.2023		31.12.2022	
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Entgeltlich erworbene Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	13.711.219,80		1.019.927,00	
2. Geschäfts- oder Firmenwert	153.868,00		171.287,00	
3. Geleistete Anzahlungen	0,00		9.900,00	
		13.865.087,80		1.201.114,00
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1,00		0,00	
2. Technische Anlagen und Maschinen	117.386,00		177.595,00	
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	265.954,00		350.560,00	
		383.341,00		528.155,00
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	740.413.567,45		729.859.619,63	
2. Beteiligungen	7.323.701,29		7.098.701,29	
3. Sonstige Ausleihungen	48.814,59		48.814,59	
		747.786.083,33		737.007.135,51
		762.034.512,13		**738.736.404,51**
B. Umlaufvermögen				
I. Programmvermögen		761.151.962,20		987.337.243,49
II. Vorräte				
1. Roh-, Hilfs und Betriebsstoffe	19.145,42		21.397,07	
2. Waren	110.971,87		344.107,80	
		130.117,29		365.504,87
III. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	113.928.665,87		98.857.021,96	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.659.228.805,56		1.702.883.195,10	
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	8.914.242,54		9.285.708,95	
4. Sonstige Vermögensgegenstände	6.780.193,39		6.660.366,76	
		1.788.851.907,36		1.817.686.292,77
IV. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		167.582,06		345.427,45
		2.550.301.568,91		**2.805.734.468,58**
C. Rechnungsabgrenzungsposten		**2.770.702,84**		**2.523.912,58**
		3.315.106.783,88		**3.546.994.785,67**

Bilanz zum 31. Dezember 2023

PASSIVA
in EUR

	31.12.2023	31.12.2022
A. Eigenkapital		
I. Stammkapital	6.000.251,00	6.000.251,00
II. Kapitalrücklage	2.809.514.020,44	2.809.514.020,44
	2.815.514.271,44	**2.815.514.271,44**
B. Rückstellungen		
Sonstige Rückstellungen	250.162.067,27	93.691.156,74
	250.162.067,27	**93.691.156,74**
C. Verbindlichkeiten		
1. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	4.540.674,32	4.099.879,00
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	21.640.441,38	38.096.508,08
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	200.805.603,35	561.225.155,80
4. Sonstige Verbindlichkeiten	17.896.967,35	24.382.169,00
--davon aus Steuern EUR 4.682.693,85 (i. Vj.: EUR 3.809.528,82)--		
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 5.202,52 (i. Vj.: EUR 6.503,84)--		
	244.883.686,40	**627.803.711,88**
D. Rechnungsabgrenzungsposten	**4.546.758,77**	**9.985.645,61**
	3.315.106.783,88	**3.546.994.785,67**

Die Gesellschaft ist im Handelsregister des Amtsgerichts München unter HRB 168016 eingetragen und hat ihren Firmensitz in der Medienallee 7 in 85774 Unterföhring, Deutschland

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023

in EUR

		2023		2022	
1.	Umsatzerlöse		1.808.965.902,89		1.935.607.276,69
2.	Andere aktivierte Eigenleistungen		3.160.432,77		0,00
3.	Sonstige betriebliche Erträge		30.461.978,38		69.624.902,61
	--davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 619.149,30 (i. Vj.: EUR 1.237.028,97)--				
4.	Materialaufwand				
	a) Werteverzehr des Programmvermögens	1.158.862.991,08		937.652.062,12	
	b) Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	92.804.792,67		85.117.534,31	
	c) Aufwendungen für bezogene Leistungen	164.742.631,41		173.948.681,85	
			1.416.410.415,16		1.196.718.278,28
5.	Personalaufwand				
	a) Löhne und Gehälter	140.427.359,27		105.265.466,66	
	b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	18.861.837,13		17.078.923,67	
	--davon für Altersversorgung EUR 290.142,68 (i. Vj.: EUR 284.404,04)--				
			159.289.196,40		122.344.390,33
6.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		2.078.411,61		445.381,18
7.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		298.723.942,82		296.144.488,02
	--davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR 706.513,39 (i. Vj.: EUR 2.246.130,46)--				
8.	Erträge aus Beteiligungen		18.020.747,15		11.897.852,58
	--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 18.020.747,15 (i. Vj.: EUR 11.897.852,58)--				
9.	Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen		54.327.847,29		61.589.226,17
10.	Aufwendungen aus der Verlustübernahme		69.473.965,17		16.266.305,44
11.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		44.043.701,10		6.826.863,59
	--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 44.038.445,42 (i. Vj.: EUR 6.678.245,68)--				
12.	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		41.481.195,97		21.318.892,85
13.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		168.976,88		85.528,86
	--davon an verbundene Unternehmen EUR 139.989,84 (i. Vj.: EUR 85.280,87)--				
14.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		0,00		+ 18.587,25
15.	**Ergebnis nach Steuern**		**−28.645.494,43**		**432.241.443,93**
16.	Auf Grund eines Ergebnisabführungsvertrags abgeführte Gewinne		0,00		−432.241.443,93
17.	Auf Grund eines Ergebnisabführungsvertrags übernommene Verluste		28.645.494,43		0,00
18.	**Jahresüberschuss/-fehlbetrag**		**0,00**		**0,00**

Seven.One Entertainment Group GmbH,

(HRB 168016 des Amtsgerichts München), Unterföhring

Anhang für das Geschäftsjahr 2023

Allgemeine Hinweise

Der vorliegende Jahresabschluss der Seven.One Entertainment Group GmbH (HRB 168016 des Amtsgerichts München), Unterföhring (im folgenden auch Gesellschaft), ist nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches sowie den ergänzenden Vorschriften des GmbH-Gesetzes aufgestellt.

Die Gesellschaft ist eine große Kapitalgesellschaft nach § 267 Abs. 3 HGB.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das bisher angewendete Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB beibehalten.

Das Gliederungsschema der Bilanz ist um den Posten Programmvermögen, der als Unterposten des Umlaufvermögens ausgewiesen wird, erweitert.

Die Seven.One Entertainment Group GmbH hat im Geschäftsjahr beschlossen, ihre Programmstrategie zu ändern und die Investitionen in exklusive lokale Programminhalte zu erhöhen. Zugleich wird der Anteil von US-Lizenzinhalten zugunsten der lokalen Formate weiter reduziert. Im Zuge dieser strategischen Neuausrichtung wurde eine Wertminderung des Programmvermögens sowie eine Rückstellung für belastete Verträge über den Erwerb von zukünftigem Programmvermögen erfasst.

Im Geschäftsjahr wurde die Seven.One Pay TV GmbH, Unterföhring, rückwirkend zum 1. Januar 2023 auf die Seven.One Entertainment Group GmbH verschmolzen. Der Verschmelzungsvertrag datiert vom 30. August 2023 und der Eintrag in das Handelsregister erfolgte am 31. August 2023.

Sofern sich aus der Verschmelzung wesentliche Effekte auf die Werte in 2023 im Vergleich zu 2022 ergeben, werden diese im Anhang erläutert.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Jahresabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen vermindert. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird.

Selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden nicht angesetzt.

Entgeltlich erworbene Geschäfts- und Firmenwerte werden zu Anschaffungskosten angesetzt und planmäßig über die voraussichtliche Nutzungsdauer, soweit diese verlässlich geschätzt werden kann, abgeschrieben.

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten angesetzt, und wird um lineare Abschreibungen vermindert. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird.
Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis zu einem Netto-Einzelwert von 250 Euro werden im Jahr des Zugangs in voller Höhe als Aufwand berücksichtigt. Für Vermögensgegenstände, die einen Netto-Einzelwert zwischen 250 Euro und 1.000 Euro haben, wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewandt. Der Sammelposten wird linear über fünf Jahre abgeschrieben.

Technische Anlage und Maschinen werden über 5 Jahre abgeschrieben.

Betriebs- und Geschäftsausstattung wird, abhängig vom Vermögengegenstand, über 5 bis maximal 13 Jahre abgeschrieben.

Finanzanlagen
Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. dem niedrigeren beizulegenden Wert und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt. Zuschreibungen werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine Wertminderung entfallen sind.

Die Bilanzierung der Anteile an verbundenen Unternehmen erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungskosten bzw. bei voraussichtlich dauernder Wertminderung zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert. Die Überprüfung, ob ggf. eine dauerhafte Wertminderung der Anteile an verbundenen Unternehmen eingetreten ist, beurteilt die Seven.One Entertainment Group GmbH im Wesentlichen anhand vereinfachter Unternehmensbewertungen sowie beizulegender Zeitwerte und plausibilisiert diese mittels impliziter Multiples. Die beizulegenden Zeitwerte werden dabei mit Hilfe des Discounted Cash Flow Verfahrens ermittelt.

Es werden Bewertungen nach dem IDW RS HFA 10 „Anwendung der Grundsätze des IDW S 1 bei der Bewertung von Beteiligungen für die Zwecke eines handels-

rechtlichen Jahresabschlusses“ durchgeführt. Hierbei beruhen die Zahlungsströme auf beteiligungsindividuellen Planungen in der Regel über einen Zeitraum von fünf Jahren, die mit beteiligungsindividuellen Wachstumsraten fortgeschrieben werden. Der hierbei verwendete Kapitalisierungszinssatz wird durch die Rendite einer risikoadäquaten Alternativanlage ermittelt.

Des Weiteren werden die in der Vergangenheit wertberichtigten Anteile an verbundenen Unternehmen jährlich dahingehend überprüft, ob die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung entfallen sind. Auch für diese Anteile wird der beizulegende Wert der entsprechenden Finanzanlage auf Basis des IDW RS HFA 10 berechnet.

Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Spielfilme, Serien, Auftragsproduktionen, Sportrechte sowie geleistete Anzahlungen. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert. Auftragsproduktionen werden nach Fertigstellung, die mit der Abnahme abgeschlossen wird, als sendefähiges Programmvermögen aktiviert.

Der planmäßige Werteverzehr wird degressiv über die Anzahl der vertraglichen bzw. erwarteten Ausstrahlungen nach Maßgabe des mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundenen erwarteten Zuschauerreichweitenpotenzials erfasst. Zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehene Auftragsproduktionen und Sportrechte werden bei Ausstrahlung in voller Höhe aufwandswirksam erfasst.

Die Ermittlung des außerplanmäßigen Werteverzehrs erfolgt in zwei Schritten. Zunächst werden Wertminderungen in Form von außerplanmäßigem Werteverzehr auf Programmvermögen erfasst, wenn kein weiterer Einsatz der Rechte geplant ist. Anhaltspunkte hierfür können unter anderem schlechtere Verwertungsmöglichkeiten, veränderte Anforderungen aus dem Werbeumfeld, Anpassung der Programme an die Wünsche der Zielgruppen, medienrechtliche Einschränkungen bei der Einsetzbarkeit von Filmen, Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung oder die Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen sein.

Im zweiten Schritt erfolgt die Werthaltigkeitsbeurteilung des verbleibenden Programmvermögens auf Ebene von Programmgruppen. Aufgrund des stark veränderten Markts für Bewegtbildangebote haben die Zuschauer:innen im Zeitablauf ihr Verhalten angepasst und bevorzugen andere Angebote im Free-TV als in der Vergangenheit. Die Seven.One Entertainment Group berücksichtigt das angepasste Nutzungsverhalten in ihrer Strategie und Programmplanung. Dies wiederum beeinflusst das Planungs- und Einkaufsverhalten der Werbekund:innen und damit die Umsatzstruktur. Für die Programmgruppen wird festgestellt, ob sich Hinweise auf einen potenziellen Wertberichtigungsbedarf ergeben. Soweit solche Anhaltspunkte vorliegen, werden die fortgeführten Buchwerte mit den beizulegenden Werten verglichen. Der beizulegende Wert wird basierend auf der voraussichtlichen Programmeinsatzplanung und dem daraus resultierenden künftigen Erlöspotential ermittelt. Soweit der Buchwert das Erlöspotenzial übersteigt, erfolgt ein außerplanmäßiger Werteverzehr. Programmvermögens-bestände, welche zur internen Weitergabe vorgesehen sind, werden mit dem gruppeninternen Weiterverkaufspreis bewertet.

Wertaufholungen auf die fortgeführten Anschaffungskosten werden vorgenommen, wenn die aktuellen Erlöserwartungen bei Lizenzprogrammen oder Auftragsproduktionen nach oben angepasst werden und in der Vergangenheit ein außerplanmäßiger Werteverzehr vorgenommen wurde.

Vorräte

Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Waren werden zu Anschaffungskosten bzw. dem niedrigeren beizulegenden Wert am Abschlussstichtag angesetzt.

Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennwert beziehungsweise zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren beizulegenden Wert am Abschlussstichtag angesetzt. Bei der Bewertung der Forderungen ist den erkennbaren Risiken durch Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen worden.

Flüssige Mittel

Die Guthaben bei Kreditinstituten sowie Kassenbestände werden zum Nominalwert angesetzt. Kurzfristige Fremdwährungsguthaben und -verbindlichkeiten werden zum Devisenkassamittelkurs am Stichtag umgerechnet.

Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie werden in Höhe des nach kaufmännischer Beurteilung notwendigen voraussichtlichen Erfüllungsbetrages gebildet. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem laufzeitadäquaten durchschnittlichen Marktzins der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Programmvermögensgeschäften werden gebildet, wenn die prognostizierten Erlöse nach heutiger Einschätzung der Gesellschaft die Kosten nicht decken werden. Für die Bildung der Drohverlustrückstellungen wird, wie bei der Ermittlung des außerplanmäßigen Werteverzehrs, eine zweistufige Vorgehensweise angewandt. Im ersten Schritt werden die vertraglich vereinbarten Anschaffungskosten der Programmtitel, deren Ausstrahlung nicht mehr geplant ist, über entsprechende Rückstellungen abgebildet. Anschließend werden die Anschaffungskosten der zugehenden Programmtitel den jeweiligen Programmgruppen zugeordnet und das künftige Erlöspotenzial den derzeitig in den Programmgruppen liegenden Buchwerten gegenübergestellt. Fehlt eine ausreichende Deckung, erfolgt eine detaillierte Analyse der schwebenden Geschäfte auf Einzelvertragsebene.

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten werden mit ihren Erfüllungsbeträgen am Abschlussstichtag angesetzt.

Währungsumrechnung

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verpflichtungen werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Bewertungseinheiten

Die Gesellschaft setzt zur Absicherung gegen Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft bzw. den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen derivative Finanzinstrumente ein. Sofern ein unmittelbarer Sicherungszusammenhang besteht, werden die derivativen Finanzinstrumente als Bewertungseinheit gemäß § 254 HGB unter Verwendung der Einfrierungsmethode mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitätisch, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibung des Geschäftsjahres aus dem beigefügten Anlagenspiegel ersichtlich.

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 124,8 Tsd. Euro (Vorjahr: 18,2 Tsd. Euro) außerplanmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen vorgenommen.

Der entgeltlich erworbene Geschäfts- und Firmenwert enthält den Geschäfts- und Firmenwert aus einer Transaktion im Geschäftsjahr 2017 und wird planmäßig über 15 Jahre abgeschrieben. Die Nutzungsdauer basiert auf einer Analyse des Marktumfelds und der wesentlichen Verträge.

Finanzanlagen

Die Finanzanlagen der Gesellschaft können der beigefügten Anteilsbesitzliste entnommen werden.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden von der Seven.One Entertainment Group GmbH 62.000,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 36.650,0 Tsd. Euro) in die Kapitalrücklage der Joyn GmbH einbezahlt.

Die Anlagenabgänge in Höhe 10.076,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 69.222,5 Tsd. Euro) resultieren aus der Verschmelzung der Seven.One Pay TV GmbH, Unterföhring in Höhe von 6.475,0 Tsd. Euro und dem Verkauf der BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH, Berlin in Höhe von 3.600,9 Tsd. Euro.

Aufgrund niedrigerer beizulegender Werte wurden im Geschäftsjahr 2023 bei den Finanzanlagen außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 41.481,2 Tsd. Euro (Vorjahr: 21.318,9 Tsd. Euro) vorgenommen.

Aufgrund höherer beizulegender Werte wurden im Geschäftsjahr 2023 bei den Finanzanlagen Zuschreibungen in Höhe von 111,1 Tsd. Euro (Vorjahr: 41.807,6 Tsd. Euro) vorgenommen.

Programmvermögen

in Tsd. Euro	31.12.2023	31.12.2022
Lizenzen	642.588,6	843.861,4
Auftragsproduktionen	118.563,4	143.475,9
Summe	**761.152,0**	**987.337,2**

Im Wesentlichen getrieben durch die im Dezember 2023 getroffene Entscheidung die exklusiven lokalen Programminhalte weiter auszubauen und damit den Anteil von US-Lizenzinhalten weiter zu verringern wurde im Geschäftsjahr 2023 außerplanmäßige Abschreibungen und die Bildung einer Drohverlustrückstellungen auf Programmvermögen vorgenommen. Der außerplanmäßige Werteverzehr einschließlich der Bildung von Rückstellungen für drohende Verluste beläuft sich im Berichtsjahr auf insgesamt 373.487,2 Tsd. Euro (Vorjahr: 75.973,2 Tsd. Euro). Dem stehen Zuschreibungen in Höhe von 40,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 115,0 Tsd. Euro) gegenüber.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2023			**31.12.2022**		
	Restlaufzeit			**Restlaufzeit**		
in Tsd. Euro	**bis 1 Jahr**	**über 1 Jahr**	**Gesamt**	**bis 1 Jahr**	**über 1 Jahr**	**Gesamt**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	113.286,7	642,0	113.928,7	98.850,3	6,8	98.857,0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.658.870,7	358,1	1.659.228,8	1.702.771,5	111,7	1.702.883,2
(davon gegen Gesellschafter)	(1.532.811,9)	(-)	(1.532.811,9)	(1.586.474,6)	(-)	(1.586.474,6)
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	8.914,2	-	8.914,2	9.285,7	-	9.285,7
Sonstige Vermögensgegenstände	6.780,2	-	6.780,2	6.660,4	-	6.660,4
Summe	**1.787.851,8**	**1.000,1**	**1.788.851,9**	**1.817.567,8**	**118,5**	**1.817.686,3**

Zum Bilanzstichtag bestehen Einzelwertberichtigungen auf Forderungen in Höhe von 1.483,3 Tsd. Euro (Vorjahr: 2.728,0 Tsd. Euro).

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen enthalten Forderungen aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr in Höhe von 83.374,7 Tsd. Euro (Vorjahr: 65.023,8 Tsd. Euro) und Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen gegen Tochterunternehmen in Höhe von 54.327,8 Tsd. Euro (Vorjahr: 61.589,2 Tsd. Euro).

Die Forderungen gegen Gesellschafter betreffen im Wesentlichen Forderungen aus dem Cash Pooling in Höhe von 1.492.880,8 Tsd. Euro (Vorjahr: 1.576.270,1 Tsd. Euro), sowie Forderungen aus Ergebnisübernahme in Höhe von 28.645,5 Tsd. Euro (Vorjahr: keine).

Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, resultieren ausschließlich aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr.
Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten insbesondere Forderungen aus Steuern in Höhe von 3.498,2 Tsd. Euro (Vorjahr: 5.445,4 Tsd. Euro).

Eigenkapital
Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt, wie auch im Vorjahr, 6.000,3 Tsd. Euro. Die Kapitalrücklage beträgt unverändert 2.809.514,0 Tsd. Euro.

Der Verlust des Geschäftsjahres 2023 wurde entsprechend dem Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag von der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, zum 31. Dezember 2023 übernommen.

Rückstellungen

Sonstige Rückstellungen

in Tsd. Euro	**31.12.2023**	**31.12.2022**
Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	160.896,2	19.082,3
Personalrückstellungen	35.682,9	10.048,2
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	33.263,1	40.706,9
Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten	11.740,1	11.804,3
Rückstellungen für Gema und GVL	8.559,4	11.990,4
Übrige sonstige Rückstellungen	20,3	59,0
Summe	**250.162,1**	**93.691,2**

Im Berichtsjahr haben sich die Drohverlustrückstellungen stark erhöht. Dieser Anstieg resultiert insbesondere aus der strategischen Entscheidung US-

Lizenzinhalte zugunsten von lokalen Formaten zu verringern und ist ausschließlich durch belastende Beschaffungsgeschäfte über Programmvermögen begründet. Die Drohverlustrückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr belaufen sich auf 34.196,1 Tsd. Euro.

Die Personalrückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Abfindungen, Urlaubsansprüche, Freistellungen und Bonuszahlungen. Der starke Anstieg resultiert aus Personalmaßnahmen im Rahmen eines Restrukturierungsprogramms.

Die Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten betreffen insbesondere urheberrechtliche Nachvergütungsansprüche von Künstler:innen und anderen Filmschaffenden sowie Prozesskosten.

Verbindlichkeiten

	31.12.2023				**31.12.2022**			
	Restlaufzeit				**Restlaufzeit**			
in Tsd. Euro	**bis 1 Jahr**	**über 1 bis 5 Jahre**	**über 5 Jahre**	**Gesamt**	**bis 1 Jahr**	**über 1 bis 5 Jahre**	**über 5 Jahre**	**Gesamt**
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	4.540,7	-	-	4.540,7	4.099,9	-	-	4.099,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	21.640,4	-	-	21.640,4	38.096,5	-	-	38.096,5
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	200.805,6	-	-	200.805,6	561.225,2	-	-	561.225,2
(davon gegen Gesellschafter)	(73.278,9)	(-)	(-)	(73.278,9)	(498.810,8)	(-)	(-)	(498.810,8)
Verbindlichkeiten gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Verbindlichkeiten	17.897,0	-	-	17.897,0	24.382,2	-	-	24.382,2
Summe	**244.883,7**	**-**	**-**	**244.883,7**	**627.803,7**	**-**	**-**	**627.803,7**

Die Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter betreffen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 73.278,9 Tsd. Euro (Vorjahr: 66.569,4 Tsd. Euro) sowie keine Verbindlichkeiten aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der ProSiebenSat.1 Media SE (Vorjahr: 432.241,4 Tsd. Euro).

Neben der Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter enthalten die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen Verbindlichkeiten aus den Ergebnisübernahmeverträgen mit Tochterunternehmen in Höhe von 69.474,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 13.853,9 Tsd. Euro), Verbindlichkeiten aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr in Höhe von Euro 47.012,7 Tsd. Euro (Vorjahr: 35.414,5 Tsd. Euro)

sowie Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 11.040,1 Tsd. Euro (Vorjahr: 13.145,9 Tsd. Euro).

Der Rückgang der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen ist im Berichtsjahr primär darauf zurückzuführen, dass die Gesellschaft aufgrund ihres negativen Ergebnisses eine Forderung aus Verlustübernahme anstatt einer Verbindlichkeit aus Ergebnisabführung ihres Vorjahresgewinns bilanziert.

Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Nachrabattierung in Höhe von 12.303,7 Tsd. Euro (Vorjahr: 16.723,2 Tsd. Euro), Verbindlichkeiten aus Steuern in Höhe von 4.682,7 Tsd. Euro (Vorjahr: 3.809,5 Tsd. Euro) sowie kreditorischen Debitoren in Höhe von 526,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 3.446,9 Tsd. Euro).

Passive Rechnungsabgrenzung

Die Passive Rechnungsabgrenzung in Höhe von 4.546,8 Tsd. Euro (Vorjahr: 9.985,6 Tsd. Euro) beinhaltet im Wesentlichen noch nicht ausgespielte Media.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

in Tsd. Euro	2023	2022
Werbeerlöse	1.457.931,0	1.644.375,1
Sonstige Umsatzerlöse	333.987,2	278.750,5
Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen	17.047,7	12.481,7
Summe	**1.808.965,9**	**1.935.607,3**

Die Umsatzerlöse betreffen im Wesentlichen Werbeerlöse und werden fast ausschließlich in der Bundesrepublik Deutschland erzielt. Auf eine weitere Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen sowie nach geographisch bestimmten Märkten wird daher verzichtet.
Der Rückgang der Werbeerlöse ist auf die negative Entwicklung des Werbemarktes zurückzuführen.

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Zuschreibungen von Finanzanlagen auf den höheren beilzulegenden Wert, nachdem die Gründe für früherer Wertminderungen weggefallen sind, in Höhe von 111,1 Tsd. Euro (Vorjahr: 41.807,6 Tsd. Euro).

Periodenfremde Erträge

Von den in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträgen in Höhe von insgesamt 20.132,3 Tsd. Euro (Vorjahr: 11.194,1 Tsd. Euro) entfallen auf die Auflösung von Rückstellungen 16.918,4 Tsd. Euro (Vorjahr: 5.738,0 Tsd. Euro) sowie auf sonstige periodenfremde Erträge 3.213,9 Tsd. Euro (Vorjahr: 5.456,1 Tsd. Euro).

Programm- und Materialaufwand

Der Programm- und Materialaufwand hat sich gegenüber dem Vorjahr um 219.692,1 Tsd. Euro auf 1.416.410,4 Tsd. Euro erhöht. Dieser Anstieg ist primär durch den erhöhten Werteverzehr des Programmvermögens in Höhe von 1.158.863,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 937.652,1 Tsd. Euro) begründet. Die Aufwendungen für den außerplanmäßigen Werteverzehr des Programmvermögens belaufen sich auf

222.339,2 Tsd. Euro (Vorjahr: 67.747,8 Tsd. Euro) und die Zuführung zur Drohverlustrückstellungen auf 151.148,0 Tsd. Euro (Vorjahr: 8.225,5 Tsd. Euro). Der Anstieg des außerplanmäßigen Werteverzehrs sowie die Zuführung zur Drohverlustrückstellung resultieren im Wesentlichen aus der strategischen Entscheidung US-Lizenzinhalte zugunsten von lokalen Formaten zu verringern.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich von 296.144,5 Tsd. Euro auf 298.723,9 Tsd. Euro erhöht. Infolge der Verschmelzung der Seven.One Pay TV GmbH, Unterföhring, auf die Seven.One Entertainment GmbH resultierte ein Verschmelzungsverlust von 1.250 Tsd. Euro.

Im Geschäftsjahr wurde die BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH, Berlin für einen Betrag von 1 Euro an die Studio71 GmbH, Berlin veräußert. Dieser Verkaufspreis lag unter dem Marktpreis der Gesellschaft und wurde aufgrund strategischer Überlegungen getroffen. Aus dem Verkauf resultierte ein Verlust in Höhe von 3.600,9 Tsd. Euro.

Periodenfremde Aufwendungen sind im Berichtsjahr wie auch im Vorjahr nicht angefallen.

Erträge aus Ergebnisabführungen und Beteiligungen

Die Beteiligungserträge in Höhe von 18.020,7 Tsd. Euro (Vorjahr: 11.897,9 Tsd. Euro) resultieren aus einer Ausschüttung der Seven.One Entertainment Group Schweiz AG, Zürich, Schweiz, in Höhe von 14.611,5 Tsd. Euro (Vorjahr: 11.897,9 Tsd. Euro) und der SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H., Wien, Österreich, in Höhe von 3.409,2 Tsd. Euro (Vorjahr: keine).

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen (54.327,8 Tsd. Euro, im Vorjahr: 61.589,2 Tsd. Euro) liegen leicht unter dem Vorjahresniveau. Der Anstieg der Aufwendungen aus Verlust-übernahmen (69.474,0 Tsd. Euro, im Vorjahr: 16.266,3 Tsd. Euro) resultiert im Wesentlichen aus einem neu geschlossenen Ergebnisabführungsvertrag mit einem Tochterunternehmen.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Ertragsteuern werden aufgrund der seit 2007 bestehenden Organschaft zum Organträger ProSiebenSat.1 Media SE nicht abgebildet. Ebenfalls werden keine latenten Steuern bei der Organgesellschaft ausgewiesen. Eine Umlagevereinbarung zwischen Organgesellschaft und Organträger besteht nicht.
Der Steuerertrag des Vorjahres in Höhe von 18,6 Tsd. Euro resultiert aus einer Auflösung einer Gewerbesteuer-Rückstellung der verschmolzenen Gesellschaft eSports.com GSA GmbH.

Die Seven.One Entertainment Group GmbH ist Teil der Mindestbesteuerungsgruppe der ProSiebenSat.1 Media SE. Diese hat für die einzubeziehenden Geschäftseinheiten eine indikative Bewertung der potenziellen Belastung der Gesellschaft in Bezug auf eine Mindestbesteuerung für das Geschäftsjahr 2023 vorgenommen und rechnet auf dieser Grundlage nicht mit einer wesentlichen Steuerbelastung durch die Einführung der Mindestbesteuerung.

Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

Haftungsverhältnisse bestanden am Abschlussstichtag nicht.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

in Tsd. Euro	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Gesamt 31.12.2023
Programmvermögen	651.943,9	363.971,4	25.728,0	**1.041.643,3**
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(351.763,7)	(98.388,3)	(9.908,7)	**(460.060,7)**
Leasing- und Mietverpflichtungen	7.497,2	-	-	**7.497,2**
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(7.497,2)	(-)	(-)	**(7.497,2)**
Nutzungsgebühren	31.000,1	36.516,0	-	**67.516,1**
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(17.688,4)	(19.339,0)	(-)	**(37.027,4)**
Übrige Verpflichtungen	197.799,8	-	-	**197.799,8**
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	(185.109,3)	(-)	(-)	**(185.109,3)**
Summe	**888.240,9**	**400.487,4**	**25.728,0**	**1.314.456,3**

Die übrigen Verpflichtungen enthalten Verpflichtungen aus Leistungs-beziehungen mit verbundenen Unternehmen. Die Vereinbarungen sind auf unbestimmte Zeit geschlossen und können zum Ablauf eines Jahres gekündigt werden.

Eventualverbindlichkeiten

Auf Basis von § 32a UrhG können Urheber:innen von besonders erfolgreichen TV-Sendungen Ansprüche gegen Unternehmen der Seven.One Entertainment Group GmbH geltend machen. Die Gesellschaft hat mit fünf Verbänden (Regie, Kamera, Drehbuchautoren, Schauspiel und Schnitt) sogenannte „Gemeinsame Vergütungsregeln“ (§ 36 UrhG) vereinbart, nach deren Maßgabe an Regisseur:innen, Kamerapersonal, Drehbuchautor:innen, Schauspieler:innen und Filmeditor:innen eine zusätzliche Vergütung gezahlt wird, wenn TV-Movies oder TV-Serien bestimmte Zuschauerreichweiten erreichen. Abgeleitet aus diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln hat die Sendergruppe weiterhin mit dem Regie-Verband Gemeinsame Vergütungsregeln für das Genre Telenovela abgeschlossen. Mit einzelnen Schauspieler:innen, die Ansprüche auf Zusatzvergütung geltend gemacht haben, wurden außergerichtliche Einigungen erzielt. Für diesen

Themenkomplex und weitere verwandte Ansprüche wurden zum 31. Dezember 2023 insgesamt 10.502,6 Tsd. Euro als Rückstellung passiviert (Vorjahr: 10.466,7 Tsd. Euro). Nicht in diesem Betrag enthalten sind in Einzelfällen bereits geleistete Zahlungen. Der Rückstellungsbetrag gibt die bestmögliche Schätzung der Nachvergütungen wieder, die voraussichtlich auf Grundlage der bereits abgeschlossenen Gemeinsamen Vergütungsregeln, der konkreten von der Sendergruppe bereits entwickelten Modelle für weitere Gemeinsame Vergütungsregeln, welche den Verbänden zum Teil bereits vorgestellt und konkret mit diesen verhandelt wurden, sowie in Einzelfällen auf Grundlage von Vergleichen noch zu leisten sein werden. Der Rückstellungsbetrag berücksichtigt darüber hinaus auch die Risiken im Hinblick auf die noch nicht abschließend geklärte umsatzsteuerliche Behandlung der Bestsellervergütungen. Es ist darüber hinaus möglich, dass weitere Urheber:innen weitere berechtigte Ansprüche nach § 32a UrhG geltend machen, die nicht durch die bestehenden Gemeinsamen Vergütungsregeln oder Rückstellungen abgedeckt sind (zum Beispiel auch für andere Programmgenres). Eine verlässliche Einschätzung der Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung ist daher derzeit nicht möglich.

Ergebnisabführungsverträge

Zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, und der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, besteht seit dem 23. Mai 2007 ein Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag.

Die bestehenden Ergebnisabführungsverträge zwischen der Seven.One Entertainment Group GmbH und den Tochterunternehmen können der Anteilsbesitzliste entnommen werden.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 22. Februar 2024 eine konzerninterne Reorganisation beschlossen, die unter anderem darauf zielt, die Seven.One Entertainment Group GmbH in die Joyn GmbH, die derzeit vollständig von der Seven.One Entertainment Group GmbH gehalten wird, einzubringen und die Joyn GmbH sodann in eine im alleinigen Anteilsbesitz der ProSiebenSat.1 Media SE stehende Tochtergesellschaft einzubringen. Die Reorganisation wurde am 5. März 2024 vom Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE genehmigt und wird zur

Zustimmung bei der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. April 2024 vorgelegt. Infolge der konzerninternen Reorganisation würde der Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und der Seven.One Entertainment Group GmbH unterjährig im Geschäftsjahr 2024 beendet und ein neuer Ergebnisabführungsvertrag zwischen der Joyn GmbH und der Seven.One Entertainment Group GmbH abgeschlossen werden. Mit diesem Schritt würden nach dem Beendigungszeitpunkt erwirtschaftete zukünftige Ergebnisse der Seven.One Entertainment Group GmbH zunächst nicht mehr an die ProSiebenSat.1 Media SE, sondern an die Joyn GmbH abgeführt werden.

Prüfungs- und Beratungsgebühren

Auf die Angabe der Honorare des Abschlussprüfers nach § 285 Nr. 17 HGB wird verzichtet, da diese im Anhang des Konzernabschlusses der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2023 enthalten sind.

Konzernverhältnisse

Die Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, nimmt die Befreiung von der Verpflichtung zur Erstellung eines Konzernabschlusses gemäß § 291 Abs. 2 Nr. 3 HGB in Anspruch.

Der Jahresabschluss der Gesellschaft wird in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (HRB 219439 des Amtsgerichts München), Unterföhring, einbezogen.

Die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, stellt den Konzernabschluss für den größten und den kleinsten Kreis der Unternehmen auf.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wird im Unternehmensregister bekannt gemacht.

Mitarbeiter:innen

Die Gesellschaft beschäftigte im Berichtsjahr durchschnittlich 1.356 Arbeitnehmer:innen (591 männlich und 765 weiblich).

Derivative Finanzinstrumente

Die Seven.One Entertainment Group GmbH ist aufgrund ihrer laufenden Geschäftstätigkeit verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Ziele des Finanzrisikomanagements sind vor allem die Sicherung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die zur Steuerung der Marktpreisrisiken eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Risikoabsicherung und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet.

Die Marktwerte der Devisensicherungsgeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen.

Die Nominal- und Marktwerte der von der Gesellschaft zum 31. Dezember 2023 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

Nominal- und Marktwerte

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Marktwert
	2024	2025 - 2028	ab 2029	31.12.2023	31.12.2023
Währungssicherung	Mio USD	Mio USD	Mio USD	Mio USD	Mio Euro
Devisentermingeschäfte und Devisenswaps	2,7	8,9	0,0	11,6	-0,2

Zum Abschlussstichtag entspricht die Höhe der mit den Bewertungseinheiten abgesicherten Risiken aus erwarteten nachteiligen oder vorteilhaften Wert- und Zahlungsstromänderungen den beizulegenden Zeitwerten der Sicherungsgeschäfte. Aufgrund von gleichartigen Risiken, werden sich die gegenläufigen Zahlungsströme aus Grund- und Sicherungsgeschäft voraussichtlich vollständig ausgleichen. Der Nachweis der prospektiven und retrospektiven Effektivität wird mithilfe regelmäßig durchgeführter Effektivitätstests erbracht. Aufgrund der Übereinstimmung der bewertungsrelevanten Parameter von Grund- und Sicherungsgeschäft erfolgt die Ermittlung der prospektiven Effektivität anhand

der sogenannten "Critical Terms Match"-Methode und die Ermittlung der retrospektiven Effektivität anhand der sogenannten „Dollar-Offset-Methode“.

Finanzinstrumente zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos

Die Seven.One Entertainment Group GmbH schließt Lizenzverträge mit Sportverbänden in den USA ab. Die Zahlungsverpflichtungen aus diesem Programmrechteerwerb erfüllt sie in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Ertrags- und Finanzlage der Gesellschaft beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Die Seven.One Entertainment Group GmbH verfolgt bei der Absicherung der Zahlungsverpflichtungen aus Programmrechteerwerben einen Mikro Hedge Ansatz. Als Fremdwährungs-Exposure wird dabei das Gesamtvolumen der zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren. Die Seven.One Entertainment Group GmbH setzt derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenswaps und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar.

Derivative Finanzinstrumente, welche die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden im Rahmen von Bewertungseinheiten nach § 254 HGB bilanziert. Das Brutto-Fremdwährungs-Exposure der Gesellschaft wird mit den gegenläufigen Devisensicherungsgeschäften zu einer Mikro-Bewertungseinheit zusammengefasst. Grund- und Sicherungsgeschäft werden für diesen Zweck jeweils mit den zugrundeliegenden Zahlungsströmen bewertet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt das Netto-Fremdwährungs-Exposure der Gesellschaft:

Währungsrisikoanalyse

	31.12.2023	**31.12.2022**
	Mio USD	Mio USD
Brutto-Fremdwährungsexposure	-15,6	-2,3
Devisensicherungsgeschäfte (in Bewertungseinheiten)	11,6	2,3
Netto-Exposure	**-4,0**	**0,0**
Hedge ratio	74%	100%

Organe

Geschäftsführung

Als Geschäftsführer:in sind bestellt:

Bert Habets, Geschäftsführer (seit 01.11.2023)

Wolfgang Link, Geschäftsführer (bis 15.07.2023)

Nicole Agudo Berbel, Geschäftsführerin (bis 31.10.2023)

Dr. Stefan Endriß, Geschäftsführer

Henrik Pabst, Geschäftsführer

Thomas Wagner, Geschäftsführer (bis 31.10.2023)

Gesamtbezüge der Geschäftsführung

Die Bezüge der Geschäftsführung betrugen für das Berichtsjahr 1.214,8 Tsd. Euro.

Anteilsbesitzliste nach § 285 Nr. 11 HGB der Seven.One Entertainment Group GmbH zum 31. Dezember 2023

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils-beziehung	Beteili-gung**	Währung***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres-ergebnis in Tausend *	Fuss-note
Verbundene Unternehmen							
Deutschland							
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	56.869	0	
esome advertising technologies GmbH	Hamburg	direkt	100,00	EUR	13.278	283	
Fem Media GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	52.324	-1.566	
Glomex GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	4.905	0	2
Joyn GmbH	München	direkt	100,00	EUR	16.258	-59.064	
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	direkt	100,00	EUR	1.050	1.740	
Masterpiece Gaming GmbH (in Liquidation)	Norderstedt	direkt	100,00	EUR	3.159	-36	3
MMP Event GmbH	Köln	direkt	100,00	EUR	534	211	
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	82.612	-8.129	
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	3.150	0	2
ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	4.478	1.743	
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	91.913	0	2
SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	direkt	100,00	EUR	-888	-55	
Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	direkt	100,00	EUR	25	0	2
Seven.One AdFactory GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	32.671	0	2
Seven.One Media GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	5.997	0	2
Seven.One Production GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	37.978	0	2
SevenOne Capital (Holding) GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	50.024	0	2
SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	2.268	0	2
SevenVentures GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	132.248	0	2
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	direkt	100,00	EUR	1.027	0	2
Virtual Minds GmbH	Freiburg im Breisgau	direkt	100,00	EUR	42.754	-13.703	
wetter.com GmbH	Konstanz	direkt	100,00	EUR	6.111	0	2
Österreich							
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	direkt	100,00	EUR	31.654	14.514	
SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H	Wien	direkt	75,50	EUR	4.112	3.744	
Schweiz							
Seven.One Entertainment Group Schweiz AG	Zürich	direkt	100,00	CHF	15.834	14.318	
Vereinigte Staaten von Amerika							
Seven.One NewsTime Inc.	Wilmington, DE	direkt	100,00	USD	- / -	- / -	1
Assoziierte Unternehmen							
Deutschland							
Corint Media GmbH	Berlin	direkt	30,49	EUR	347	0	
Sportority Germany GmbH	München	direkt	40,00	EUR	699	448	4
Gemeinschaftsunternehmen							
Deutschland							
Addressable TV Initiative GmbH	Frankfurt am Main	direkt	50,00	EUR	- / -	- / -	1
Sonstige wesentlichen Beteiligungen							
Kaimaninseln							
Minute Media Inc.	Grand Cayman	direkt	2,81	USD	- / -	- / -	1

1 Keine Angaben verfügbar, Unternehmen in 2023 erworben oder gegründet bzw. in Liquidation.
2 Diese Gesellschaften haben einen Ergebnisabführungsvertrag geschlossen, daher wird das handelsrechtliche HGB-Ergebnis nach Ergebnisabführung ausgewiesen.
3 Jahresabschluss vom 1. Juli 2022 bis 30. Juni 2023
4 Jahresabschluss vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021

* Soweit nicht anders angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, nach lokalem Recht aufgestellten Jahresabschluss (Geschäftsjahr 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022) entnommen sofern veröffentlicht.
** Die Höhe des Anteilsbesitzes gibt die direkte Beteiligungshöhe des unmittelbaren Anteilseigners bzw. der unmittelbaren Anteilseigner an.
*** Folgende Umrechnungskurse sind für die angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis maßgeblich:
1 Euro entspricht zum 31.12.2022 CHF 0,99. Der Durschnittskurs beträgt CHF 1,00.
1 Euro entspricht zum 31.12.2022 USD 1,07. Der Durschnittskurs beträgt USD 1,05.

Unterföhring, den 15. März 2024

____

gez. Bert Habets

____

gez. Dr. Stefan Endriß

____

gez. Henrik Pabst

Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2023

in Tsd. Euro	Anschaffungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Restbuchwerte	
	01.01.2023	Zugänge	Zugänge aus Verschmelzung	Abgänge	Umbuchungen	31.12.2023	01.01.2023	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Zuschreibungen	31.12.2023	31.12.2023	31.12.2022
I. Immaterielle Vermögensgegenstände														
1. Entgeltlich erworbene Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.979	14.437	0	37	10	16.389	960	1.756	37	0	0	2.678	13.711	1.020
2. Geschäfts- oder Firmenwert	200	0	0	0	0	200	29	17	0	0	0	46	154	171
3. Geleistete Anzahlungen	10	122	0	122	-10	0	0	122	122	0	0	0	0	10
	2.190	14.559	0	160	0	16.589	989	1.895	160	0	0	2.724	13.865	1.201
II. Sachanlagen														
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Technische Anlagen und Maschinen	278	7	0	0	0	285	101	67	0	0	0	168	117	178
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	642	31	0	36	0	637	291	116	36	0	0	371	266	351
	920	38	0	36	0	922	392	183	36	0	0	539	383	528
III. Finanzanlagen														
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	796.949	62.000	0	10.076	0	848.873	67.089	41.481	0	0	111	108.459	740.414	729.860
2. Beteiligungen	7.099	225	0	0	0	7.324	0	0	0	0	0	0	7.324	7.099
3. Sonstige Ausleihungen	49	0	0	0	0	49	0	0	0	0	0	0	49	49
	804.096	62.225	0	10.076	0	856.245	67.089	41.481	0	0	111	108.459	747.786	737.007
Summe	807.206	76.822	0	10.272	0	873.757	68.470	43.560	196	0	111	111.722	762.035	738.736

Lagebericht der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, für das Geschäftsjahr 2023



Grundlagen

Rechtliche und organisatorische Gesellschaftsstruktur

Die Seven.One Entertainment Group GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Media SE in der die deutschen werbefinanzierten Sender SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 Gold, Kabel Eins Doku und ProSieben MAXX erfolgreich unter einem Dach in Unterföhring bei München zusammenarbeiten. Im Geschäftsjahr 2022 ist die damalige Tochtergesellschaft Seven.One Sports GmbH, Unterföhring und deren Tochtergesellschaft eSports.com GSA GmbH, Unterföhring, auf die Seven.One Entertainment Group GmbH verschmolzen worden. Des Weiteren hat die Seven.One Entertainment Group GmbH im Oktober 2022 sämtliche von dem damaligen Mitgesellschafter Discovery Communications Europe Ltd. gehaltenen Geschäftsanteile an der Joyn GmbH erworben und ist seitdem alleinige Gesellschafterin. In der Seven.One Entertainment Group GmbH sind alle zentralen Funktionen der Sendergruppe gebündelt. Diese umfassen u. a. folgende Bereiche: Programmentwicklung, Programmplanung, Redaktionen, Zuschauerforschung, Broadcast Management, Jugendschutz, Marketing, Kommunikation & PR, Produktionsmanagement, Senderbetrieb, Digitale Angebote, Unternehmensstrategie und Finanzen.

Die Seven.One Entertainment Group GmbH und ihre Tochterunternehmen werden als vollkonsolidierte Unternehmen in den Konzernabschluss der ProSiebensat.1 Media SE einbezogen und sind somit Bestandteil des ProSiebenSat.1 Konzerns (nachfolgend als „Konzern“ bzw. „Group“ bezeichnet).

Wesentliche Ereignisse im Geschäftsjahr 2023

Im Wesentlichen getrieben durch die im Dezember 2023 getroffene Entscheidung, die exklusiven lokalen Programminhalte weiter auszubauen und damit den Anteil von US-Lizenzinhalten weiter zu verringern, wurden im Geschäftsjahr 2023 außerplanmäßige Abschreibungen auf vorhandenes Programmvermögen vorgenommen und Drohverlustrückstellungen auf Abnahmeverpflichtungen für Programmvermögen in Höhe von insgesamt 373,5 Mio. Euro gebildet.

Darüber hinaus ist die ProSiebenSat.1 Group in 2023 den nächsten Schritt ihrer strategischen Neuausrichtung gegangen und hat dabei insbesondere den Fokus auf das Kerngeschäft Entertainment mit der Streaming Plattform Joyn gelegt. Gleichzeitig wurde eine effiziente Struktur, eine wettbewerbsfähige Kostenbasis sowie klar auf die digitale Transformation ausgerichtete Prozesse implementiert. Im Zuge dieser ergriffenen Maßnahmen war ein sozialverträglicher Stellenabbau in Form eines Freiwilligen-Programms notwendig.

Im Geschäftsjahr 2023 wurde die Seven.One Pay TV GmbH rückwirkend zum 1. Januar 2023 auf die Seven.One Entertainment Group GmbH verschmolzen. Der Verschmelzungsvertrag datiert vom 30. August 2023 und der Eintrag ins Handelsregister erfolgte am 31. August 2023.

TV Aktivitäten

ProSiebenSat.1 ist das Zuhause von populärer Unterhaltung. Gleichzeitig leisten wir mit unseren Programmen einen wichtigen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt und adressieren gerade in den jungen Zielgruppen gesellschaftlich relevante Themen. Dabei ist eine unabhängige Berichterstattung wichtig, um dem wachsenden Bedürfnis nach aktuellen Informationen und verlässlicher Kontextualisierung von Nachrichten zu begegnen. Seit dem 1. Januar 2023 produzieren wir daher Nachrichten im eigenen Haus und senden diese live aus Unterföhring sowie aus unserem Hauptstadt-Studio in direkter Nähe zur deutschen Bundespolitik am Potsdamer Platz in Berlin. So können wir in der aktuellen Berichterstattung flexibel agieren und Inhalte plattformübergreifend ausspielen. Alle Nachrichtensendungen in SAT.1, auf ProSieben und bei Kabel Eins sowie die Nachrichtenangebote im Digitalbereich und auf Joyn werden unter der gemeinsamen Marke :newstime gebündelt, um ein umfassendes und einheitliches journalistisches Angebot für verschiedene Zielgruppen rund um die Uhr anbieten zu können.

Unser Anspruch lautet: „Viewers and Users First", wir richten unsere Angebote ganz nach ihren Bedürfnissen aus. Diesen strategischen Ansatz reflektiert auch unser Vermarktungsportfolio. Indem wir TV und Digital sehr eng verzahnen, bedienen wir verschiedene Nutzungsinteressen und monetarisieren zugleich effektiv unsere Reichweite. Dabei setzt ProSiebenSat.1 auf neue Technologien und bietet Werbekund:innen sowohl im TV-Werbeumfeld als auch auf Joyn unterschiedliche Produkte im Bereich Advanced TV an. Ein Beispiel sind Adressable-TV-Spots. Diese Spots ermöglichen, dass unsere Zielgruppen interessenbasiert und smarter, sprich sehr passgenau angesprochen werden.

Die Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender entwickelten sich 2023 bezogen auf den deutschen Markt und die Zielgruppe 14 bis 49 Jahre insgesamt stabil. So verzeichneten die Sender auf Jahressicht einen Marktanteil von 24,5 Prozent (Vorjahr: 24,9 %), im vierten Quartal 2023 lag der Zuschauermarktanteil bei 24,4 Prozent (Vorjahr: 24,3 %). In der für den Werbemarkt besonders relevanten Prime Time betrug der gemeinsame Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender in 2023 25,2 Prozent (Vorjahr: 24,9%). Dies reflektiert den stärkeren Fokus in der Programmstrategie auf exklusive, lokale Prime-Time-Inhalte wie „Wer stiehlt mir die Show?" und „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum". Die Formate erzielten im Jahr 2023 jeweils Quoten von bis zu 25,2 Prozent bzw. 23,5 Prozent in der Prime Time (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen).

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

	Zuschauermarkt-anteile Q4 2023	Zuschauermarkt-anteile Q4 2022	**Zuschauermarkt-anteile 2023**	Zuschauermarkt-anteile 2022
Deutschland	24,4	24,3	24,5	24,9
Österreich	25,0	26,0	25,9	26,1
Schweiz	16,1	14,0	16,2	15,2

Deutschland: Zielgruppe: 14–49; ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku/AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4; 01.01.2022–31.12.2023; Marktstandard: TV.
Österreich: Zielgruppe: 12–49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, SAT.1 Gold Österreich, ProSieben MAXX Austria, Kabel Eins Doku Österreich, ATV, ATV II, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2022–31.12.2023; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.
Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo–So), alle Plattformen, overnight + 7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

Um die verschiedenen Nutzungsinteressen über alle Zielgruppen hinweg zu bedienen, verfolgt ProSiebenSat.1 das Ziel, Inhalte über möglichst viele Verbreitungswege

anzubieten. Neben der Zielsetzung, Inhalte plattformübergreifend anzubieten, setzt ProSiebenSat.1 den Fokus verstärkt auf lokale Programminhalte, um den Marktanteil im linearen TV zu stärken.

Durch die Digitalisierung wird die Mediennutzung vielfältiger, individueller und flexibler. Neben den vielfältigen Nutzungsoptionen nimmt die Angebotsvielfalt über alle Medien hinweg zu. Von diesem Trend hat insbesondere der Streaming-Markt in den vergangenen Jahren sehr profitiert: 2023 konnte der SVoD-Markt zwar weitere Nutzer:innen gewinnen, die Dauer der Nutzung hat jedoch eine Sättigungsgrenze erreicht: Während die Reichweite in der Gesamtzielgruppe der 14- bis 69-Jährigen weiter steigt, bleibt die Nutzungsdauer bei ca. 34 Minuten. Demgegenüber steigt die Nutzungsdauer von werbefinanzierten On-Demand-Angeboten wie Mediatheken, YouTube oder Social Media-Videos. Sie liegt inzwischen bei 57 Minuten (Vorjahr: 45 Minuten).

Dabei zeichnet sich ab, dass sich soziale Medien zunehmend zu Bewegtbild-Kanälen entwickeln: Über 50 Prozent der Nutzungsdauer besteht inzwischen aus Videoinhalten – Tendenz weiter steigend. Die Social Media-Angebote werden aber ebenso wie YouTube nur zu geringen Anteilen am sogenannten Big Screen genutzt – anders als Mediatheken. Marktforschungsstudien zeigen zudem, dass das Werbeumfeld auch im digitalen Zeitalter entscheidend ist. Mit dem Fokus auf lokale Inhalte schaffen wir einen wichtigen Wettbewerbsvorteil: Über eine große Anzahl exklusiver Inhalte differenzieren wir uns klarer von multinationalen Streaming-Anbietern und schärfen zugleich im linearen TV unser Markenprofil. 2024 werden wir den Anteil von US-Lizenzinhalten weiter zugunsten von lokalen Formaten verringern. Dabei bleiben US-Lizenzinhalte auch in Zukunft wichtig, wir werden diese aber auf selektiver Basis erwerben. Diese Entscheidung knüpft konsequent an die Erfolge der letzten Monate an, in denen viele der lokalen Programme der ProSiebenSat.1 Group im TV überdurchschnittliche Reichweiten erzielt haben.

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie struktureller Veränderungen im Mediennutzungsverhalten passt ProSiebenSat.1 zu Jahresbeginn 2024 ihre Zielgruppendefinition an, um die TV-Nutzung noch besser abzubilden: Bei der Betrachtung der Zuschauermarktanteile auf Konzernebene zieht ProSiebenSat.1 nunmehr die werberelevante Zielgruppe 20- bis 59-jährige Zuschauer:innen heran. In der Zielgruppe der 20- bis 59-Jährigen liegt der Zuschauermarktanteile über die gesamte Sendergruppe auf Jahressicht bei 21,5 Prozent (Vorjahr: 22,2 %), bezogen auf die Prime Time sind es 21,3 Prozent (Vorjahr: 21,2 %).

Strategie und Steuerungssystem

Strategie und Ziele

ProSiebenSat.1 ist das Zuhause von populärer Unterhaltung sowie Infotainment und dazu einer der führenden Entertainment-Anbieter im deutschsprachigen Raum. Diese Position werden wir nachhaltig stärken, indem wir den Fokus auf drei strategische Schwerpunkte legen: Wir investieren mehr in Programminhalte, maximieren unsere Reichweite und diversifizieren unsere Monetarisierung.

Unsere Reichweite steigern wir, indem wir lokale und relevante Live-Inhalte über eine breite Auswahl an Entertainment-Plattformen verbreiten und in attraktive Inhalte investieren. Aufgrund dieser Vielfalt im Portfolio haben wir alles, was es braucht, um täglich Millionen von Menschen zu erreichen. Allein in Deutschland waren es 2023 über 60 Millionen. Unsere Maxime dabei: „Viewers and Users First". Das bedeutet, wir stellen die Zuschauer:innen und Nutzer:innen in den Mittelpunkt von all dem, was wir tun. Unsere Angebote richten wir dafür ganz nach ihren Bedürfnissen aus. So können sie sich von unseren Inhalten begeistern lassen, unsere Produkte nutzen und letztlich möglichst viel Zeit mit uns verbringen.

Gleichzeitig tragen Initiativen wie die eigene News-Redaktion, mehr lokale Programme sowie eine engere Verzahnung mit unserem Creator-Business dazu bei, die Attraktivität unsere Inhalte zu steigern und die Reichweite von ProSiebenSat.1 plattformunabhängig zu stärken. Durch smarte Werbeprodukte unter dem Dach von Advanced TV wird der Konzern seine Reichweite immer besser monetarisieren und so den Anteil seiner digitalen & smarten Werbeerlöse erhöhen. Zudem sind Kooperationen mit unterschiedlichen Branchenpartnern ein wichtiger Teil der Strategie.

Planung und Steuerung

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die Unternehmenssteuerung der Seven.One Entertainment Group GmbH erfolgt zentral durch die Geschäftsführung. Die Grundlage hierfür bildet ein unternehmensspezifisches Steuerungssystem, das auf finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren basiert. Diese sogenannten Key Performance Indicators (KPIs) werden aus den strategischen Zielen der ProSiebenSat.1 Group abgeleitet und auf die Seven.One Entertainment Group GmbH heruntergebrochen. Mit Ausnahme des Zuschauermarktanteils sind alle KPIs direkt finanziell messbar.

- **Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:** Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen: Der Marktanteil beschreibt den prozentualen Anteil der durchschnittlichen Sehbeteiligung einer Sendung an der Sehbeteiligung des gesamten TV-Markts. Die Daten sagen damit aus, welchen Anteil der gesamten TV-Zuschauer:innen eine Sendung erreicht hat. Dabei stehen die Zuschauermarktanteile in der Prime Time im Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt.

- **Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren:** Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse nach IFRS und das adjusted EBITDA, das aus den IFRS-Finanzinformationen abgeleitet wird. Die Ertragskennzahl adjusted EBITDA steht für das bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Sondereffekte – wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten – werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl zur Beurteilung der operativen Ertragskraft dient.

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße mit Blick auf die nachhaltige Ertragskraft dar. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Aus diesem Grund verwendet die ProSiebenSat.1 Group und so auch die Seven.One Entertainment Group GmbH neben den voranstehend genannten bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren zusätzlich das EBITDA als weniger bedeutsamen finanziellen Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA – wie auch das adjusted EBITDA – zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Wettbewerbsvergleich.

Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung der genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches Umsatzwachstum. Dabei fungiert die Seven.One Entertainment Group GmbH als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zudem ist Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die Seven.One Entertainment Group GmbH in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt.

Operative und strategische Planung

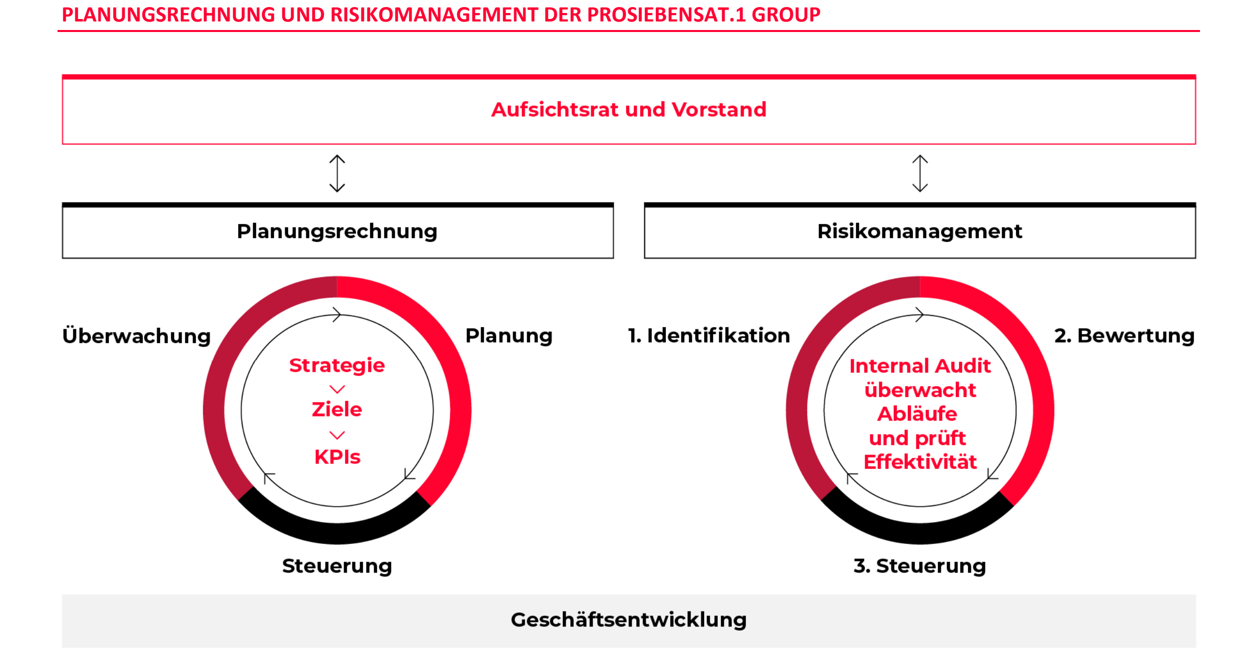
Steuerung und Planung greifen bei der Seven.One Entertainment Group GmbH eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

- **Unternehmensplanung**: Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.

- **Monatsberichtswesen und Trendprognosen**: Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen wirtschaftlichen Leistung die auf Jahressicht erwartete Entwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen. Auch im Jahr 2023 hat der Vorstand dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige Zielerreichung erläutert. Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Sobald die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken mehr als 50 Prozent beträgt, werden sie in den Planungsrechnungen erfasst. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement

analysiert; sie werden in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintritts-wahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Medienpolitisches und rechtliches Umfeld

Die deutsche Medienlandschaft kennzeichnet ein duales System aus privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern. Dabei ist der deutsche TV-Markt durch die Anforderungen des Medienstaatsvertrags stark reguliert, daher sind die Möglichkeiten für Werbung sowohl quantitativ als auch qualitativ restriktiv. Die TV-Werbung ist beispielsweise in Deutschland je nach Ausstrahlungszeit auf eine gewisse Minutenanzahl begrenzt.

Zugleich sind die öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland finanzstark, da sie ihr Budget zum Teil aus Rundfunkgebühren beziehen. Die privaten Anbieter sind bislang von der öffentlichen Finanzierung ausgenommen.

Forschung und Entwicklung

Die Seven.One Entertainment Group GmbH betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Beide Bereiche haben dennoch einen hohen Stellenwert.

Die Gesellschaft betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Die verschiedenen Research-Abteilungen erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten außerdem Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Ergebnisse der Marktanalysen sind eine Grundlage für unsere operative und strategische Planung. Zudem liefert der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinen Studien wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die wiederum für unsere Werbekund:innen eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen.

In der Programmentwicklungsphase spielt auch die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellen Research-Teams regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Außerdem werden Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren.

Im Bereich der Entwicklung arbeiteten wir insbesondere daran, unsere Werbeprodukte „smarter“ zu machen. Ziel ist, die Vorteile der digitalen Werbung wie etwa deren datenbasierte Ausspielungsmöglichkeiten im TV nutzen zu können. Hier setzt ProSiebenSat.1 auf neue Technologien und bietet Werbekund:innen unterschiedliche Produkte im Bereich Advanced TV an. Ein Beispiel sind Adressable-TV-Spots. Diese Spots ermöglichen, dass Zuschauer:innen interessenbasiert und damit sehr zielgruppengenau angesprochen werden. Das Angebot basiert auf einer Werbetechnologie, die die Seven.One Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Um trotz zunehmend fragmentierter Mediennutzung die erzielte Reichweite kombinierter TV- und Video-Kampagnen messbar und unter Berücksichtigung einheitlicher Kriterien bewertbar zu machen, hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit dem Lizenzgeber Sky Media GmbH („Sky Media“) das Konzept CFlight für den deutschen Markt entwickelt. CFlight beinhaltet ein transparentes, crossmediales Kampagnen-Reporting, das die Vergleichbarkeit von TV- und Video-Werbekontakten garantiert. Durch die Stärkung von TV mit Premium-Video bietet CFlight ein erweitertes Zielgruppenpotenzial insbesondere in den jüngeren Zielgruppen-Segmenten. Zudem haben wir mit Programmatic TV ein neues und innovatives Angebot entwickelt, das den Kund:innen lineares Fernsehen über digitale Wege verfügbar macht und den automatisierten und individualisierten Ein- und Verkauf sowie das Aussteuern von Werbeflächen in

Echtzeit ermöglicht. Damit können wir neue Kundengruppen für TV erschließen – etwa Werbetreibende, die bisher hauptsächlich online geworben haben.

Wirtschaftsbericht

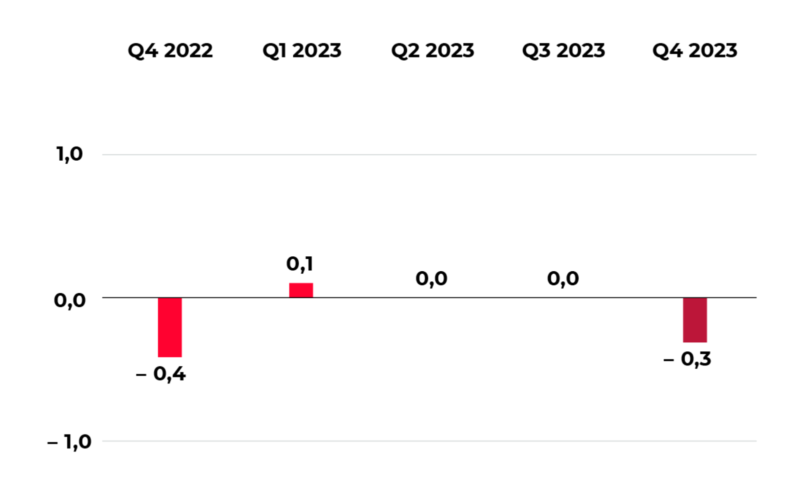
ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT

Nach einer verhaltenen Expansion im Jahr 2022 verzeichnete die Weltwirtschaft 2023 erneut wenig Wachstumsdynamik. Die anhaltenden – wenn auch weniger stark ausgeprägten – Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, der Russland-/Ukraine-Krieg und eine hohe Inflation beeinträchtigten die wirtschaftliche Entwicklung im Jahresverlauf. Hinzukommt, dass viele Notenbanken eine restriktive Geldpolitik verfolgten, was das globale Erholungstempo beeinträchtigte. Die Entwicklung verlief regional allerdings unterschiedlich: Während sich die US-amerikanische Wirtschaft robust zeigte, erholte sich die chinesische Wirtschaft nicht mit der Dynamik, die nach Ende der restriktiven Pandemie-Beschränkungen erwartet worden war. Auch die Konjunktur in Europa blieb schwach. Insgesamt dürfte die globale Wirtschaft 2023 laut Internationalem Währungsfonds (IWF) real um 3,1 Prozent gewachsen sein, nach 3,5 Prozent im Vorjahr.

Die deutsche Konjunktur war 2023 von der geringen außenwirtschaftlichen Nachfrage beeinträchtigt und hat - trotz eines soliden Auftragspolsters, deutlich entspannterer Knappheiten in den Lieferketten sowie rückläufiger Inflationsraten - nicht wie ursprünglich erwartet an Dynamik gewonnen. Dabei blieb vor allem der private Konsum hinter den Erwartungen der Wirtschaftsforschungsinstitute zurück. Während sich die Wirtschaftsleistung in den ersten drei Quartalen stabil entwickelte, kam es im vierten Quartal 2023 zu einem leichten Rückgang (real -0,3 % vs. Vorquartal, Destatis). Grund hierfür waren geringere Investitionen in Bauten und Ausrüstungen.

Zu Jahresbeginn 2023 hatten die Wirtschaftsforschungsinstitute prognostiziert, dass die deutsche Wirtschaft 2023 leicht wachsen und von einer Belebung des privaten Konsums im zweiten Halbjahr profitieren dürfte. Die Wachstumsimpulse im privaten Konsumverhalten blieben jedoch aus. Im Gesamtjahr 2023 ging das Bruttoinlandsprodukt um real 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück und blieb damit deutlich unter dem Durchschnitt der OECD-Staaten (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung), der private Konsum entwickelte sich mit minus 0,8 Prozent rückläufig.

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND IN PROZENT, VERÄNDERUNG GEGENÜBER VORQUARTAL



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Pressemeldung vom 30. Januar 2024.

Die konjunkturellen Auf- und Abwärtsbewegungen spiegeln sich in der Entwicklung des Werbemarktes wider, der sehr sensitiv und eng mit den privaten Konsumausgaben korreliert. Laut Nielsen Media sind die Investitionen in TV-Werbung im Jahr 2023 um minus 3,5 Prozent auf 16,55 Mrd Euro gesunken (Vorjahr: 17,15 Mrd Euro), besonders hoch waren die Auswirkungen der makroökonomischen Belastungen im ersten Halbjahr: In diesem Zeitraum gingen die Werbeausgaben um minus 9,1 Prozent auf 6,90 Mrd Euro (Vorjahr: 7,59 Mrd Euro) zurück.

Die TV-Werbeeinnahmen von ProSiebenSat.1 entwickelten sich laut Nielsen Media auf Jahressicht parallel zum Gesamtmarkt und sind um minus 6,6 Prozent auf 5,90 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,31 Mrd Euro) gesunken. Dies entspricht einem Marktanteil von 35,6 Prozent (Vorjahr: 36,8 %). Während die TV-Werbeeinnahmen des Konzerns in den ersten drei Quartalen unter Vorjahr lagen, ist ProSiebenSat.1 im vierten Quartal stärker als der Markt gewachsen. So betrugen die TV-Werbeeinnahmen hier 2,22 Mrd Euro (Vorjahr: 2,10 Mrd Euro). Daraus resultiert ein Marktanteil von 37,4 Prozent (Vorjahr: 36,9 %).

Auf Netto-Basis ist der Trend im intermedialen Vergleich identisch: So dürften laut der aktuellen Prognose des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) das Gesamt-Volumen des Werbemarktes zwar auf Jahressicht mit 1,4 Prozent leicht zugenommen haben. Ausschlaggebend für das Wachstum ist allerdings der überproportionale Anstieg der Investitionen in digitale Werbung. Dies zeigt ebenso die im Dezember veröffentlichten Prognosen der Media-Agenturen ZenithOptimedia und Magna Global für 2023: Während die gesamten Werbeausgaben in Deutschland aufgrund des dynamischen Wachstums der Investitionen in Online-Werbung um

8,0 bzw. 6,8 Prozent gestiegen sind, dürften die Werbeinvestitionen in TV mit minus 1,0 bzw. minus 9,5 Prozent abgenommen haben.

TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS
in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2023 (Abweichung vs. Vorjahr)	Entwicklung TV-Werbemarkt 2023 (Abweichung vs. Vorjahr)
Deutschland	+4,1	−3,5
Österreich	+7,7	−1,4
Schweiz	−7,3	−8,1

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2023	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2022	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2023	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2022
Deutschland	37,4	36,9	35,6	36,8
Österreich	42,6	41,8	41,4	41,2
Schweiz	25,1	25,8	26,2	25,8

Deutschland: Januar–Dezember, brutto, Nielsen Media.
Österreich: Januar–Dezember, brutto, Media Focus.
Schweiz: Januar–Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus.

ENTWICKLUNG RELEVANTER MARKTUMFELDER

Die Medienlandschaft verändert sich rasant und dynamisch. Neben technologischen Neuerungen und der zunehmend digitalen Nutzung prägen gesellschaftliche Entwicklungen die Industrie und unseren Umgang mit Medien. Dies zeigt sich auch daran, dass es angesichts der Vielfalt an Entertainment- und Informationsangeboten für die Menschen immer wichtiger wird, eine verlässliche Anlaufstelle zu haben. Wir als Medienkonzern und wichtiger Partner im dualen Rundfunksystem haben eine besondere gesellschaftliche Verantwortung: Es ist unsere Aufgabe, Menschen objektiv zu informieren, die Vielfalt unserer Gesellschaft abzubilden und Inhalte unabhängig einzuordnen.

Mit Blick auf das Mediennutzungsverhalten zeichnen sich laut „Media Activity Guide 2023“ drei wesentliche Entwicklungen für den deutschen Markt ab, auf die wir unsere Strategie ausgerichtet haben: Während TV nach wie vor das Medium mit der höchsten Reichweite und Nutzungsdauer ist, stößt das klassische Abonnement-Modell (Subscription-Video-on-Demand, „SvoD“), an Sättigungsgrenzen. Hingegen können Podcasts ihr dynamisches Wachstum fortsetzen.

Mit dem „Media Activity Guide 2023“ legt die Seven.One Media eine aktuelle Bestandsaufnahme der Mediennutzung in Deutschland vor. Diese zeigt, dass sich die Mediennutzung wieder auf Vor-Corona-Niveau eingependelt hat und die Bewegtbildnutzung neue Höhen erreicht. So verbringen die Menschen rund 12 Stunden täglich mit

Medien, wobei TV inklusive Mediatheken in der Gesamtstichprobe der 14- bis 69-Jährigen eine tägliche Nutzungsdauer von 203 Minuten (Vorjahr: 221 Minuten) einnimmt. Das bedeutet: 34 Prozent und damit der Großteil der täglichen Mediennutzung entfallen auf TV, hierzu zählen sowohl Live- als auch On-Demand-Inhalte. Durch die Digitalisierung ergeben sich zusätzliche Möglichkeiten zur Monetarisierung unserer Reichweite und zudem die Option, unser Umsatzprofil zu diversifizieren. Ein Beispiel hierfür ist die Distribution von Programmen in HD-Qualität: Die Seven.One Entertainment Group GmbH partizipiert hier an den technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In Deutschland verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode 12,9 Mio Nutzer:innen und damit 11,3 Prozent mehr als im Vorjahr.

Neben einer breiten Palette an Medienangeboten sind Partnerschaften ein wichtiger Weg, um unsere Reichweite insbesondere im digitalen Umfeld auszubauen. Ein Beispiel hierfür ist die Distributionspartnerschaft mit Vodafone Deutschland, die der Konzern im Jahr 2023 verlängert hat: Im Mittelpunkt des neuen Distributionsvertrags steht – neben der linearen Verfügbarkeit aller ProSiebenSat.1-Sender – die verstärkte Zusammenarbeit bei digitalen Produktangeboten, insbesondere im Bereich Video-on-Demand.

Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf aus Sicht der Unternehmensleitung

Nachdem das Marktumfeld vor allem im ersten Halbjahr durch die enge Korrelation zwischen der Unsicherheit bei den Verbraucher:innen und dem zurückhaltenden Umgang mit Werbebudgets geprägt war, stabilisierte sich die Entwicklung im zweiten Halbjahr. Im für das Werbegeschäft wichtigen vierten Quartal entwickelten sich die Werbeerlöse in der DACH-Region leicht über Vorjahresniveau, was die kontinuierliche Verbesserung im Vergleich zu den Vorquartalen reflektiert.

Das Gesamtjahr 2023 haben wir jedoch sowohl im Umsatz als auch bei den operativen Ergebnisgrößen unter Vorjahrsniveau abgeschlossen.

Das Konjunkturumfeld bleibt herausfordernd – doch wir sehen aktuell positive Tendenzen. Gleichzeitig setzen wir weiterhin den Fokus auf die Stärkung der Profitabilität, eine schlanke Kostenstruktur und die konsequente Umsetzung unserer lokalen Programmstrategie.

Ertragslage

Die Umsatzerlöse der Gesellschaft belaufen sich im Geschäftsjahr auf 1.809,0 Mio. Euro (Vorjahr: 1.935,6 Mio. Euro). Ursächlich für die Verminderung um 126,6 Mio. Euro ist der rückläufige Werbemarkt im Jahr 2023 gewesen.

Insgesamt lassen sich die Erlöse der Gesellschaft wie folgt aufteilen:

- Externe Cash Werbeerlöse 1.362,7 Mio. Euro (Vorjahr: 1.527,3 Mio. Euro)
- Interne Erlöse 205,6 Mio. Euro (Vorjahr: 177,8 Mio. Euro)
- Distributionserlöse 172,6 Mio. Euro (Vorjahr: 158,9 Mio. Euro)
- Sonstige Erlöse 68,0 Mio. Euro (Vorjahr: 71,6 Mio. Euro)

Die Umsatzerlöse mit verbundenen Unternehmen belaufen sich auf 205,6 Mio. Euro (Vorjahr: 177,8 Mio. Euro) und betreffen im Wesentlichen interne Werbeerlöse aus Airtime und Revenue Shares. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf gestiegene digitale Vermarktungsprovisionen, insbesondere von der Joyn GmbH, zurückzuführen.

Zum Abschlussstichtag sind die sonstigen betrieblichen Erträge um 39,2 Mio. Euro auf 30,5 Mio. Euro gesunken (Vorjahr: 69,6 Mio. Euro) und setzen sich primär aus der Auflösung von Rückstellungen (16,9 Mio. Euro; Vorjahr: 5,7 Mio. Euro) und aus Erträgen mit verbunden Unternehmen (6,7 Mio. Euro; Vorjahr: 6,2 Mio. Euro) zusammen.

Der Programm- und Materialaufwand beläuft sich auf 1.416,4 Mio. Euro (Vorjahr: 1.196,7 Mio. Euro). Der Anstieg um 219,7 Mio. Euro ist primär auf den außerplanmäßigen Werteverzehr sowie die Zuführung zur Drohverlustrückstellung zurückzuführen. Dies ist eine direkte Folge der strategischen Entscheidung US-Lizenzinhalte zugunsten von lokalen Formaten zu verringern. Auf den Werteverzehr des Programmvermögens entfallen dabei 1.158,9 Mio. Euro (Vorjahr: 937,7 Mio. Euro). Die verbleibenden Kosten setzen sich im Wesentlichen aus Aufwendungen für externe und interne Sende- und Herstellungsgebühren (60,2 Mio. Euro; Vorjahr: 63,3 Mio. Euro), Vermarktungsprovisionen (59,3 Mio. Euro; Vorjahr: 73,4 Mio. Euro), internen technischen Dienstleistungen (46,8 Mio. Euro; Vorjahr: 43,5 Mio. Euro) sowie aus sonstigen Nutzungsrechten (23,3 Mio. Euro; Vorjahr: 22,9 Mio. Euro) zusammen.

Der Personalaufwand beläuft sich im Berichtsjahr auf 159,3 Mio. Euro (Vorjahr: 122,3 Mio. Euro). Der Anstieg in Höhe von 37,0 Mio. Euro ist im Wesentlichen auf Zuführungen für Rückstellungen für Abfindungen im Rahmen eines Stellenabbaus in Form eines Freiwilligen-Programms zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 298,7 Mio. Euro liegen auf Vorjahresniveau (296,1 Mio. Euro).

Im Berichtsjahr sind die Erträge aus Beteiligungen und Ergebnisabführungen von 73,5 Mio. Euro leicht auf 72,3 Mio. Euro zurückgegangen. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen betragen 69,5 Mio. Euro (Vorjahr: 16,3 Mio. Euro). Ursächlich für den Anstieg ist insbesondere ein im Geschäftsjahr 2023 neu geschlossener Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag mit der Joyn GmbH.

Die Zinserträge belaufen sich auf 44,0 Mio. Euro (Vorjahr: 6,8 Mio. Euro). Dieser Anstieg ist auf das gestiegene Zinsniveau zurückzuführen, das zu einer höheren Verzinsung des Cash-Pooling Kontos bei der ProSiebenSat.1 Media SE geführt hat.

Das Ergebnis nach Steuern bzw. der Verlust (Vorjahr: Gewinn) vor Ergebnisabführung beträgt -28,6 Mio. Euro (Vorjahr: 432,2 Mio. Euro) und ist entsprechend dem Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag von der (Vorjahr: an die) ProSiebenSat.1 Media SE ausgeglichen (Vorjahr: abgeführt) worden.

Finanz- und Vermögenslage

Zentrales Finanzmanagement

Die Seven.One Entertainment Group GmbH ist in das Finanzmanagement der ProSiebenSat.1 Group einbezogen. Durch ein zentrales Cash-Pooling-System findet ein konzerninterner Liquiditätsausgleich statt. Die Seven.One Entertainment Group GmbH war im abgelaufenen Geschäftsjahr auf Basis der Finanzierung durch die ProSiebenSat.1 Media SE jederzeit in der Lage ihre externen Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

Vermögenslage und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme der Gesellschaft verringerte sich zum 31. Dezember 2023 um 231,9 Mio. Euro auf 3.315,1 Mio. Euro (Vorjahr: 3.547,0 Mio. Euro).

Das Anlagevermögen ist um 23,3 Mio. Euro auf 762,0 Mio. Euro gestiegen. Die Erhöhung ist insbesondere auf einen Anstieg der immateriellen Vermögensgegenstände zurückzuführen.

Das Umlaufvermögen beträgt am 31. Dezember 2023 2.550,3 Mio. Euro (Vorjahr: 2.805,7 Mio. Euro). Durch die oben bereits erwähnte Anpassung in der Programmstrategie hat sich das Programmvermögen insbesondere im Zuge der außerplanmäßigen Abschreibungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung auf

761,2 Mio. Euro (Vorjahr: 987,3) deutlich vermindert. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände belaufen sich auf 1.788,9 Mio. Euro (Vorjahr: 1.817,7 Mio. Euro). Darin enthalten sind Forderungen aus dem Cash-Pooling mit der ProSiebenSat.1 Media SE, die von 1.576,3 Mio. Euro auf 1.492,9 Mio. Euro gesunken sind. Forderungen aus Ergebnisabführungen und Ausschüttungen gegenüber den Tochtergesellschaften bzw. der Muttergesellschaft betragen 83,0 Mio. Euro (Vorjahr: 61,6 Mio. Euro).

Das Stammkapital beträgt unverändert zum Vorjahr 6,0 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote zum Abschlussstichtag beträgt 84,9 Prozent beträgt (Vorjahr: 79,4 %).

Die sonstigen Rückstellungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr stark erhöht und betragen 250,2 Mio. Euro (Vorjahr: 93,7 Mio. Euro). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Bildung von Drohverlustrückstellungen im Rahmen der Neuausrichtung der Programmstrategie zurückzuführen. Die Rückstellungen betreffen des Weiteren ausstehende Eingangsrechnungen, Nutzungsrechte sowie Rechtsstreitigkeiten.

Zum 31. Dezember 2023 belaufen sich die Verbindlichkeiten auf 244,9 Mio. Euro (Vorjahr: 627,8 Mio. Euro). Das entspricht einem Rückgang von 61,0 Prozent und ist insbesondere auf verminderte Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverträgen mit der ProSiebenSat.1 Media SE (2023: keine; Vorjahr: 432,2 Mio. Euro) zurückzuführen. Die Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverträgen mit Tochterunternehmen sind hingegen leicht gestiegen und betragen im Berichtsjahr 69,5 Mio. Euro (Vorjahr: 13,9 Mio. Euro).

Im Geschäftsjahr 2023 hat sich der operative Cash Flow insbesondere aufgrund der gesunkenen Cash-Werbeumsätze (2023: 1.422,6 Mio. Euro; Vorjahr: 1.613,4 Mio. Euro) verschlechtert. Im Geschäftsjahr 2023 flossen 819,2 Mio. Euro (Vorjahr: 867,4 Mio. Euro) für Investitionen in das Programmvermögen ab. Die künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen reduzierten sich zum 31. Dezember 2023 auf 1.041,6 Mio. Euro (Vorjahr: 1.295,4 Mio. Euro). In diesen Beträgen sind auch Fremdwährungsverpflichtungen in US-Dollar enthalten, die jedoch aus Sicht der Gesellschaft von untergeordneter Bedeutung sind.

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Finanzanlagevermögen betrugen 62,2 Mio. Euro (Vorjahr: 40,5 Mio. Euro).

Die Muttergesellschaft ist durch den Ergebnisabführungsvertrag zum Ausgleich von negativen Ergebnissen der Gesellschaft verpflichtet. Etwaige kurzfristige Liquiditätsengpässe können mittels Cash-Pooling überbrückt werden.

Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

Die Umsatzerlöse sind im Berichtsjahr 2023 um 126,6 Mio. Euro auf 1.809,0 Mio. Euro gesunken. Dies entspricht einer Verringerung von 6,5 Prozent und ist im Wesentlichen auf den weiterhin anhaltenden konjunkturellen Abschwung und dem damit einhergehenden rückläufigen Werbemarkt zurückzuführen. Die Umsatzprognose der Seven.One Entertainment Group GmbH für das Jahr 2023 (es wurde mit einer leicht rückläufigen Entwicklung der Umsatzerlöse im mittleren einstelligen Prozentbereich gerechnet) wurde somit eingehalten.

Bei den Zuschauermarktanteilen ist die ProSiebenSat.1 Group mit ihren TV-Sendern unter den privaten – das bedeutet werbefinanzierten – Anbietern führend: Auf Jahressicht erreichte die ProSiebenSat.1-Senderfamilie in Deutschland einen Marktanteil von 24,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen (Vorjahr: 24,9 %). Damit blieben die Marktanteile leicht unter dem Vorjahr, und damit leicht unter unserer Prognose, nach der geplant war, das hohe Niveau in 2023 zu halten.

Für das EBITDA nach IFRS wurde ebenfalls mit einer leicht steigenden Entwicklung im mittleren einstelligen Prozentbereich gerechnet. Tatsächlich hat sich das EBITDA im Jahr 2023 um 102,2 Prozent auf -8,3 Mio. Euro (Vorjahr: 373,3 Mio. Euro) stark verringert, was wiederum im Wesentlichen auf den Sondereffekt aus der Abschreibung eines erheblichen Teils des Programmvermögens von US-Content und der Bildung von Drohverlustrückstellungen auf Abnahmeverpflichtungen für Programmvermögen in Höhe von insgesamt 325,7 Mio. Euro zurückzuführen ist.

Überleitungsrechnung recurring EBITDA nach IFRS

in Mio Euro	2023	2022
Ergebnis vor Gewinnabführung (HGB)	**-28,6**	**432,2**
Anpassungen HGB/IFRS[1]	116,6	-91,1
Ergebnis vor Gewinnabführung (IFRS)	**88,0**	**341,2**
Steuern	-67,8	75,0
Zinsen + Sonstiges Finanzergebnis	-46,3	-51,7
Betriebsergebnis (EBIT)	**-26,1**	**364,5**
Abschreibungen[2]	17,9	8,9
EBITDA	**-8,3**	**373,3**
Sondereffekte (saldiert)	360,7	1,4
Adjusted EBITDA	**352,5**	**374,7**

[1] hauptsächlich verursacht durch den Ansatz von latenten Steuern nach IFRS sowie Unterschiede in der Bewertung von Finanzanlagevermögen und Programmvermögen

[2] Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das adjusted EBITDA belief sich in 2023 auf 352,5 Mio. Euro und ist im Vergleich zum Vorjahr um 22,2 Mio. Euro bzw. 5,9 Prozent gesunken. Dies liegt unter den Erwartungen. Für 2023 wurde mit einer leicht steigenden Entwicklung des adjusted EBITDA

gerechnet. Der Effekt ist im Wesentlichen auf den in 2023 sinkenden Werbemarkt zurückzuführen.

Risikobericht

Die Seven.One Entertainment Group GmbH unterliegt im Wesentlichen den Risiken und Chancen hinsichtlich des Entertainment-Geschäfts der ProSiebenSat.1 Gruppe.

Die Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken ist für ein Unternehmen ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen. Um Risiken frühzeitig und konsequent zu handhaben, setzt die ProSiebenSat.1 Gruppe wirksame Kontrollsysteme ein. Dies trifft auch auf das Chancenmanagement zu.

Prozesssteuerung

Die Gesellschaft besitzt kein eigenständiges Risikomanagementsystem, vielmehr ist die Seven.One Entertainment Group GmbH in das Risikomanagementsystem der ProSiebenSat.1 Gruppe eingebunden.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager:innen. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.

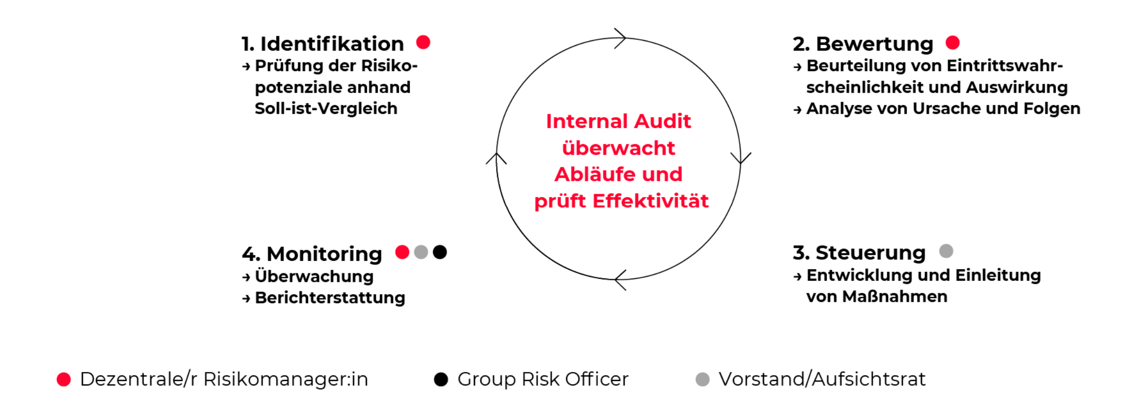
2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten konsolidierten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „niedrig“ klassifiziert. Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechsel-

wirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.

3. Steuerung: Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

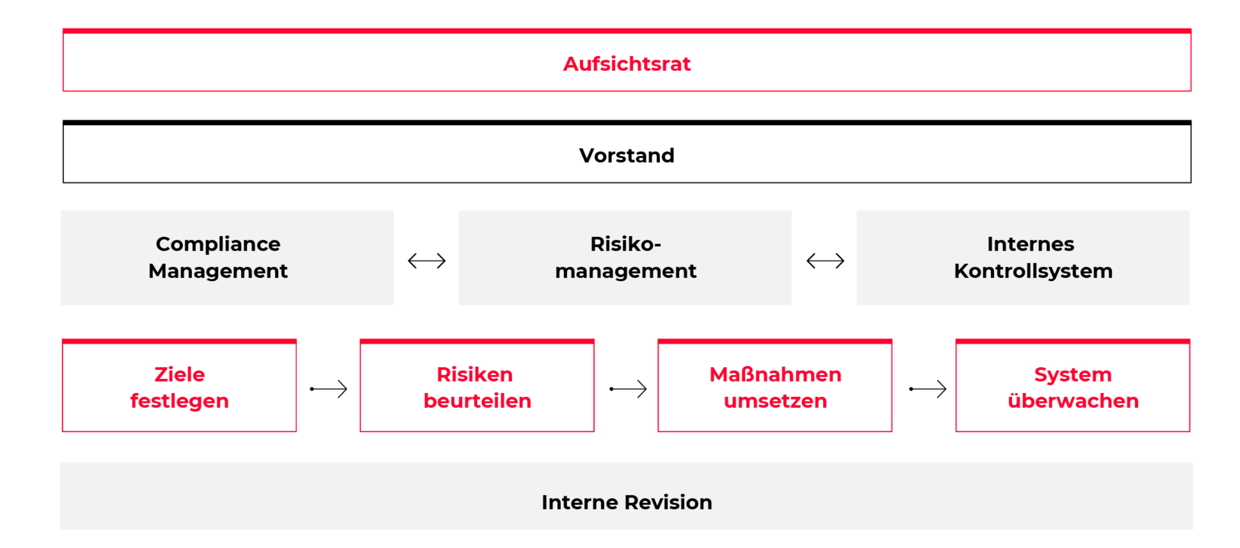
4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2023 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.



Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt

die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:



- **Dezentrale Risikomanager:innen:** Die dezentralen Risikomanager:innen erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.

- **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten relevanten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um angemessen reagieren zu können.

- Das **Group Risk Management** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager:innen und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet, danach im Vorstand des Konzerns besprochen und dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit hat auch im Geschäftsjahr 2023 zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist die sogenannte Risikomanagement Rahmen-Richtlinie. Diese Rahmen-

Richtlinie fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

Entwicklung der Risiken

Die ProSiebenSat.1 Group, und damit auch die Seven.One Entertainment Group GmbH, unterteilt die Risiken in die Kategorien „Operative Risiken", „Finanzwirtschaftliche Risiken", „Compliance-Risiken" und „Strategische Risiken". Aufgrund ihrer thematischen Diversität werden die jeweiligen „Operativen Risiken" zusätzlich in folgende Risiko-Cluster unterschieden: „Externe Risiken", „Vertriebsrisiken", „Content-Risiken", „Technologische Risiken", „Personalrisiken", „Investitionsrisiken", „Produktrisiken" und „Sonstige Risiken". Die Risiko-Cluster setzen sich wiederum aus verschiedenen Risiken zusammen. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern und somit auch die Seven.One Entertainment Group GmbH ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant.

Die Risiken aus der Reichweitenentwicklung, werden im Rahmen der allgemeinen Branchenrisiken erläutert. Aufgrund der engen Verknüpfung des Mediennutzungsverhaltens und der Reichweitenentwicklung ist eine klare Trennung der beiden Risiken dabei nicht ohne weiteres möglich. Wir haben diese deshalb in dem vorliegenden Bericht zusammengefasst, um ein umfassendes und aussagekräftigeres Gesamtbild darzustellen.

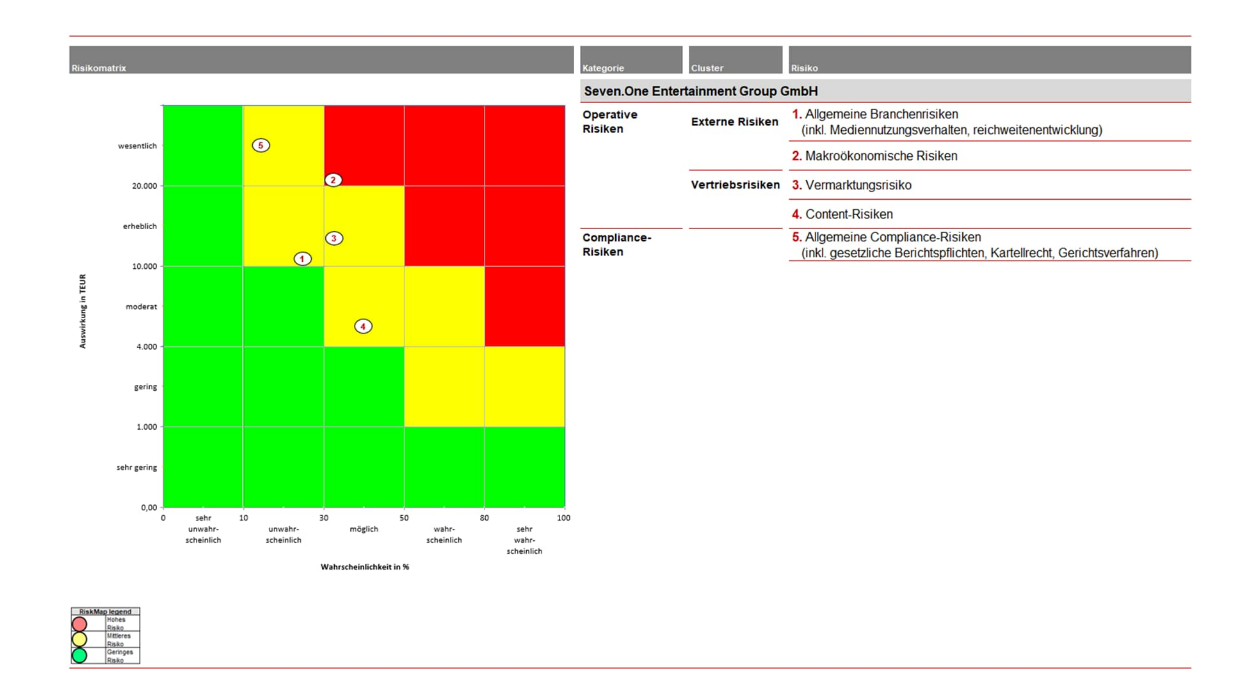
Im vorliegenden Lagebericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Über Risiken mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung wird hier ebenfalls nicht berichtet. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die wir derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung einstufen, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Lagebericht 2022 veröffentlichten Risikosituation selbst. Wenn sich analog dazu ein Risiko

mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt mittleren oder insgesamt hohen Bedeutung entwickelt, würde ein solches Risiko in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigt werden, sobald wir die Auswirkung des Risikos als erheblich oder wesentlich einschätzen. Entwickelt sich dagegen ein Risiko mit einer insgesamt hohen oder mittleren Bedeutung zu einem Risiko mit einer insgesamt niedrigen Bedeutung, so würde dieses Risiko unabhängig von dem Auswirkungsgrad nicht detailliert beschrieben werden – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2022 veröffentlichten Risikosituation selbst.

Gesamtrisikolage: Die deutsche Wirtschaft ist seit fast vier Jahren vor große Herausforderungen gestellt, die Visibilität ist gering. Im Jahr 2024 dürfte das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland wieder leicht wachsen, die Wachstumserwartungen divergieren jedoch nicht zuletzt angesichts der weltwirtschaftlichen wie auch geopolitischen Unsicherheiten noch immer deutlich. In unserer finanziellen Planung haben wir die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts aktuellen Annahmen zur konjunkturellen Entwicklung berücksichtigt. Gleichzeitig ist in unserer Finanzplanung und damit auch in der Risikobewertung die Geschäftsentwicklung unserer Segmente abgebildet. Unter Berücksichtigung dieser Informationen ist die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group im Vergleich zum Vorjahr 2022 gesunken.

Im Risikobericht gehen wir von einer Netto-Betrachtung aus: Somit berichten wir hier nur jene Risiken, die nicht über die finanzielle Planung abgedeckt sind und nach risikomindernden Maßnahmen verbleiben. In unserer finanziellen Planung haben wir die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Jahresabschlusses vorliegenden Annahmen zur konjunkturellen Entwicklung berücksichtigt. Eine Verschärfung, insbesondere getrieben durch die geopolitische Lage, ist hier nicht reflektiert. Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

Risikomatrix



Operative Risiken: Externe Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweiten-entwicklung): Fernsehen ist das wichtigste Breitenmedium – dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch auf die Mediennutzungszeit. Die fortschreitende Digitalisierung hat das Mediennutzungsverhalten im gesamten Bewegtbildbereich jedoch nachhaltig verändert und zu einer signifikanten Diversifizierung der Angebote sowohl in technischer als auch in inhaltlicher Sicht gesorgt. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur live am stationären TV-Gerät genutzt, sondern über Apps auch on-demand und über mobile Endgeräte wie Laptops oder Smartphones. Zusätzliche inhaltliche Angebote wie Pay-VoD (z.B. Netflix, Amazon Prime) oder Ad-VoD (insbesondere YouTube) verringern das Zeitbudget, das für das klassische lineare Fernsehen zur Verfügung steht.

Die Nutzung aller Mediengattungen insgesamt hat sich 2023 - nach dem Hoch während der COVID-19-Pandemie - wieder auf ursprünglichem Niveau normalisiert. Die darin enthaltene Bewegtbildnutzung ist mit ca. 4,5 Stunden leicht über dem Vor-Pandemie-Niveau und entwickelt sich langfristig äußerst stabil bis leicht ansteigend. Dabei zeigt sich jedoch die oben beschriebene Verschiebung der Bewegtbildnutzung vom linearen in das digitale Umfeld deutlich: Während sich die klassische TV-Nutzung rückläufig entwickelt, gewinnen digitale Angebote zunehmend an Bedeutung. Dies gilt vor allem für werbefinanzierte Angebote, wobei insbesondere die Nutzungsdauer von Online-Videos sehr dynamisch zunimmt.

Das Risiko für ProSiebenSat.1 besteht damit darin, in diesem sich verändernden Umfeld die Zuschauer:innen in nicht ausreichender Größe zu erreichen und damit die Gesamtreichweite über alle Angebote hinweg zu verringern bzw. wichtige Zuschauersegmente wie z.B. die jüngeren Bevölkerungsgruppen zu verlieren.

Um diesem Risiko zu begegnen, sind mehrere Maßnahmen umgesetzt worden.

Inhaltlich konzentrieren wir uns mit unserem Programmangebot auf lokale Inhalte und setzen im TV den Schwerpunkt auf die werberelevante Prime Time. Wir adressieren dabei unterschiedliche Zielgruppen, was sich in der komplementären Aufstellung unserer Sendergruppe widerspiegelt: Für die jüngeren Zuschauergruppen haben sixx und ProSieben Maxx das passende Angebot, bei den älteren sind dies Sat.1 Gold und kabel eins Doku (jeweils tendenziell weiblich und männlich), Sat.1, ProSieben und kabel eins decken zusätzlich die breiteren Zuschauersegmente 14-59 Jahre bzw. 14-49 Jahre ab.

Die enge Verzahnung der Senderangebote und der Plattform Joyn z.B. über Previews zusammen mit zielgruppenaffinem Content, der exklusiv nur über Joyn nutzbar ist, runden diese Strategie ab.

Neben Bewegtbild ergänzen mit Podcasts auch Audio-Formate unsere Angebotspalette – hier sind wir mit Seven.One Audio und deren Portfolio an exklusiv vermarktbaren sowie eigenproduzierten Podcasts in Deutschland führend und erreichen somit zusätzliche Nutzergruppen.

Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der allgemeinen Branchenrisiken im Vergleich zum Vorjahresende niedriger an, sehen deren Eintritt jedoch weiterhin als unwahrscheinlich an. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt weiterhin als mittleres Risiko ein, die potenziellen finanziellen Auswirkungen wären erheblich.

Makroökonomische Risiken:

Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld: Werbeausgaben sind Unternehmensinvestitionen und daher unmittelbar mit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung und insbesondere mit dem privaten Konsum verbunden. Ungünstige (binnen-) wirtschaftliche Aussichten stellen somit ein wesentliches Risiko für unser Geschäft dar. Folglich beobachten wir wichtige Konjunkturindikatoren und -prognosen kontinuierlich und passen unsere Geschäftserwartungen entsprechend an.

Konjunkturprognosen sind naturgemäß mit Unsicherheiten verbunden, diese sind jedoch – insbesondere vor dem Hintergrund der geopolitischen Entwicklungen – weiterhin sehr hoch. Seit fast vier Jahren sieht sich die deutsche Wirtschaft mit anhaltenden Herausforderungen konfrontiert, angefangen bei den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie bis hin zum Russland-/Ukraine-Krieg. Der Einbruch russischer Gas- und Öllieferungen trieb die Preise für Energie im Jahresverlauf 2022 sehr stark nach oben. Das hoch inflationäre Umfeld beeinträchtigt die Kaufkraft der privaten Haushalte seither stark. Hinzukamen 2023 die Zinsschritte der Europäischen Zentralbank (EZB), welche die Kreditaufnahme bzw. Unternehmensinvestitionen dämpften.

Trotz der vielfältigen Belastungen hat sich die deutsche Wirtschaft 2023 mit real minus 0,3 Prozent (kalenderbereinigt -0,1 %) annährend stabil entwickelt. Dabei wird aktuell davon ausgegangen, dass sich die deutsche Konjunktur im Jahresverlauf 2024 – trotz weiterhin verhaltener Auslandsnachfrage und einer starken Belastung der Unternehmen – belebt. Die Erwartung stützt sich auf einen positiven Trend beim privaten Konsum: Sinkende Inflation und höhere Realeinkommen sollten für mehr Dynamik sorgen als 2023. Keine Unterstützung wird dagegen vom staatlichen Konsum erwartet, insbesondere nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, das Sparmaßnahmen im Staatshaushalt vorsieht.

Zusammengefasst wirken im Winterhalbjahr 2023/2024 sowohl Auf- als auch Abwärtskräfte: Während der private Konsum allmählich wieder an Dynamik gewinnen dürfte, bleiben die Belastungen für die Unternehmen hoch und die gesamtwirtschaftlichen Wachstumsperspektiven begrenzt.

Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld im Vergleich zum Vorjahresende als gesunken. Den Eintritt stufen wir wie zum Vorjahresende als möglich ein, während im Fall des Eintritts wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausgeschlossen werden können. Insgesamt stufen wir die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld weiterhin als hoch ein.

Operative Risiken: Vertriebsrisiken

Die Entwicklung der Vertriebsrisiken wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Neben Reichweitenmessungen sind makroökonomische Daten sowie branchenspezifische Trends wie die allgemeine Entwicklung des Werbemarktes sowie die Verteilung der Werbebudgets auf die verschiedenen Mediengattungen (Media-Mix) relevant. Ein erhebliches Risikopotenzial birgt in diesem Kontext die Verschiebung

von Budgets zu Online-Medien und damit möglicherweise einhergehend ein sinkender Anteil von TV am Media-Mix bzw. eine rückläufige Entwicklung des Umsatzvolumens des Netto-TV-Werbemarkts. Die Vertriebsrisiken, welche bei der Vermarktung durch die Konzernschwester Seven.One Media GmbH entstehen, werden hier und im Folgenden als externe Risiken der Seven.One Entertainment Group GmbH klassifiziert.

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern ist intensiv. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen. Gleichzeitig setzen wir verstärkt auf lokale Programminhalte, um unterschiedliche Mediennutzungsinteressen zu bedienen und uns damit vom Wettbewerb zu differenzieren. Mit dem klaren Schwerpunkt auf exklusive lokale Inhalte und der Erhöhung der Programmaufwendungen im Jahr 2024, will ProSiebenSat.1 den Marktanteil im linearen TV und das Wachstum von Joyn stärken. Die Visibilität der künftigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ist jedoch nach wie vor begrenzt. Dementsprechend haben wir unsere Finanzplanung aufgesetzt und erachten das verbleibende Vermarktungsrisiko weiterhin als möglich. Somit ist das Vermarktungsrisiko insgesamt gesunken und wird nun als mittleres Risiko (Vorjahr: hohes Risiko) bewertet.

Content-Risiken: Auch künftig gehen wir von einer starken Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Content und einem entsprechend guten Marktumfeld für die Produktionsunternehmen der Seven.One Entertainment Group GmbH aus. Die Seven.One Entertainment Group GmbH achtet auf ein individuelles, insgesamt aber ausgewogenes Verhältnis von Lizenzprogrammen einerseits sowie Auftrags- und Eigenproduktionen andererseits. Dabei schützt die Muttergesellschaft ProSiebenSat.1 Media SE, die als Einkäufer für die Seven.One Entertainment Group GmbH fungiert, durch Exklusiv-Vereinbarungen im Sinne von vertraglichen Sperrfristen (Hold-Back-Klauseln) seine Rechte gegenüber anderen Lizenznehmern und Programmverwertungsformen. Um frühzeitig über Trends und neue Produktionen informiert zu sein, steht unser Einkauf zudem in ständigem Austausch mit internationalen und nationalen Lizenzgebern. Im Vergleich zum Vorjahr stufen wir das Risiko unverändert als mittel, und mit einer potenziell moderaten Auswirkung ein. Den Eintritt erachten wir dabei als möglich.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer hohen Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) hat die rechtlichen Vorgaben für die Verarbeitung personenbezogener Daten in der Europäischen Union harmonisiert. Die Online-Werbewirtschaft hat frühzeitig das Transparency & Consent Framework (TCF) entwickelt, um die datenschutzrechtlich notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzer:innen zu ermöglichen, Widersprüche gegen berechtigte Verarbeitungsinteressen abzufragen und Pflichtinformationen zur Verfügung zu stellen. Die zuständige belgische Datenschutzaufsichtsbehörde (APD) hatte den TCF-Mechanismus zu Jahresbeginn 2022 in wesentlichen Punkten beanstandet und der standardsetzenden Organisation, dem Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe), verschiedene Nachbesserungspflichten auferlegt. IAB Europe hat im April 2022 einen Action Plan mit Nachbesserungsvorschlägen eingereicht, der im Januar 2023 von der Aufsichtsbehörde gebilligt wurde und vom IAB Europe im Jahresverlauf umgesetzt wurde. Parallel zu diesem Vorgang legte das IAB Europe im Februar 2022 gegen die Entscheidung der APD Rechtsmittel ein und brachte die Angelegenheit vor den belgischen Market Court. Im Herbst 2022 setzte dieser jedoch das Verfahren aus und legte dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) Fragen zur Vorabentscheidung vor, die die Grundlage für die ursprüngliche behördliche Entscheidung der APD bildeten. Sollte die Entscheidung des EuGH zu notwendigen Änderungen des TCF-Mechanismus führen, könnte dies das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen und möglicherweise Anpassungen an der datenschutzkonformen Einwilligungsabfrage notwendig machen.

Schließlich ist angesichts der digitalen Entwicklung auch die Reformierung des Urhebervertragsrechts im Jahr 2021 von Relevanz. Die neuen gesetzlichen Regelungen, insbesondere die ab Juni 2022 geltende Berichtspflicht für Vertragspartner von Urhebern und Leistungsschutzberechtigten (in der Regel der Produzent), enthalten unbestimmte Rechtsbegriffe und einige weitere, noch unklare Formulierungen, bezüglich derer erst durch die Rechtsprechung und Branchenübung in den nächsten Jahren

mehr Rechtssicherheit erreicht werden kann. Derzeit sind die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group daher noch nicht final absehbar. Im Vergleich zum Vorjahr stufen wir das Risiko unverändert als mittel und mit einer potenziell wesentlichen Auswirkung ein. Den Eintritt erachten wir dabei als unwahrscheinlich.

Chancenbericht

Chancenmanagement

Unser Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen auch zu nutzen. Dazu erfasst ProSiebenSat.1 die als relevant definierten Wachstumsoptionen im Rahmen der Strategieplanung. Dabei werden die einzelnen Optionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems und organisatorisch dezentral in den Geschäftsbereichen angesiedelt. Der Prozess wird von der Abteilung „Group Strategy“ unterstützt und koordiniert: Durch den engen Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten erhält der Bereich einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation und ist kontinuierlich auf der Suche nach weiteren Wachstumsoptionen. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Expert:innen als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

Erläuterung wesentlicher Chancen

Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für das Jahr 2024 sowie unsere Planung für das Jahr 2025 bis zum Jahr 2028 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick für das Geschäftsjahr 2024. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2028 relevant und wesentlich sind.

Chancen aus gesamtwirtschaftlichen und regulatorischen Entwicklungen

In Deutschland – unserem größten Umsatzmarkt – dürfte das makroökonomische Umfeld herausfordernd bleiben, auch wenn die Inflationsraten mittlerweile rückläufig sind. Dabei ist der private Konsum der wichtigste Frühwarnindikator für unsere finanzielle Planung, da er sehr eng mit dem Investitionsvolumen für Werbung korreliert.

Konjunkturprognosen sind per se mit hohen Unsicherheiten behaftet, derzeit ist die Visibilität aber besonders limitiert. Aktuell rechnen die Wirtschaftsforschungsinstitute damit, dass sich im Verlauf des Jahres 2024 der private Konsum belebt und sowohl von rückläufigen Inflationsraten als auch wieder steigenden Reallöhnen gestützt werden dürfte. Sollte der private Konsum deutlicher an Dynamik gewinnen als aktuell erwartet und es in diesem Kontext zu einer positiven Abweichung von dieser Planungsprämisse führen, entstehen zusätzliche Wachstumschancen für die gesamte Gruppe und vor allem für unser Kerngeschäft Entertainment.

Chancen in Bezug auf die Digitalisierung von TV und TV-Werbung

Werbung ist der zentrale Stellhebel, die Bekanntheit von Marken rasch und effektiv zu steigern. Dies gilt insbesondere auch für crossmediale Werbeformen. Die ProSiebenSat.1 Group hat daher frühzeitig begonnen, die Vorteile des klassischen Fernsehens – wie etwa seine hohe Reichweite – mit den Vorteilen der digitalen Werbung wie etwa datenbasiertes Targeting zu kombinieren und crossmediale Werbeformen anzubieten. Unter dem Begriff „Advanced TV“ treibt ProSiebenSat.1 die Digitalisierung von Werbung voran und schafft sowohl im TV-Werbeumfeld immer passgenauere Lösungen für Kunden. Beispiele dafür sind unsere unterschiedlichen Addressable-TV-Produkte, die eine zielgerichtete, kontextbezogene Aussteuerung von Werbung im TV ermöglichen. Die Wachstumsperspektiven für digitale TV-Werbung wie Addressable TV sind groß, da die Nutzung von internetbasierten TV-Geräten kontinuierlich steigt.

Zudem begegnet ProSiebenSat.1 der dynamisch steigenden Nachfrage nach innovativen Werbeprodukten mit neuen Technologien: Mit Total Video based on CFlight haben wir ein starkes Differenzierungsmerkmal in der Reichweitenmessung geschaffen, da es die hohen TV-Qualitätsstandards in die digitale Umgebung übersetzt und die Vergleichbarkeit von TV- und Online-Video-Werbekontakten garantiert. Trotz einer zunehmend fragmentierten Mediennutzung ermöglicht Total Video based on CFlight unseren Kund:innen daher einen ganzheitlichen und transparenten Blick auf ihre Bewegtbild-Kampagnen. Einen weiteren Bereich, in den wir zuletzt stark investiert haben, ist Programmatic TV, so dass der Prozess von der Buchung bis hin zur Ausspielung von linearen TV-Werbeflächen automatisiert werden kann. Über Programmatic TV können wir neue Kund:innen für das Medium TV gewinnen und die Relevanz von Fernsehen im intermedialen Vergleich weiter stärken.

Damit setzen wir in unserem Kerngeschäft den Fokus auf digitales Wachstum mit dem Ziel, den Anteil unserer digitalen & smarten Werbeerlöse konsequent auszubauen. Darunter fällt auch der erfolgreiche Ausbau unserer digitalen Angebote im

Bereich der Podcast-Vermarktung. Alle diese Innovationsprodukte bergen großes Potenzial für uns als Gruppe: Denn bei einer erfolgreichen digitalen Transformation geht es nicht nur darum, Werbeprodukte zu verkaufen, sondern Markenberater zu sein. ProSiebenSat.1 deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab und kann – anders als ein reiner TV-Vermarkter – Content, Marketing und Technologie miteinander verbinden. Dies ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal zu klassischen Medienhäusern – genauso wie zu globalen Technologiekonzernen.

Gesamtaussage zur Risiko- und Chancenlage aus Sicht der Unternehmensleitung

Wir bewerten unsere Chancensituation als unverändert, wenngleich diese wesentlich von der weiteren makroökonomischen Entwicklung abhängt. Im Jahr 2024 dürfte die deutsche Konjunktur und der private Konsum wieder zulegen, die Wachstumserwartungen divergieren jedoch nicht zuletzt angesichts der makroökonomischen wie auch geopolitischen Unsicherheiten noch immer deutlich.

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet neue Wachstumsmärkte für die ProSiebenSat.1 Group. So wird etwa die Mediennutzung immer vielfältiger, Bewegtbild wird unabhängig von Ort, Zeit und Gerät konsumiert – und die Möglichkeit, Werbung zielgruppengenau zu adressieren, zunehmend flexibler. Um diesen digitalen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir 2023 den Fokus konsequent auf unsere Entertainment-Aktivitäten gelegt und hier die notwendigen Veränderungen angestoßen. Im Zentrum unserer Strategie steht nun unsere Streaming-Plattform Joyn, die wir mit all unseren Marken und linearen Kanälen verbinden.

Gleichzeitig birgt die Digitalisierung auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung potenzieller Risiken. Nach unserer Einschätzung sind zum Ende des Geschäftsjahres keine Risiken erkennbar, die zu einer maßgeblichen Beeinträchtigung unserer Geschäftsentwicklung führen könnten. Das Gesamtrisiko ist 2023 im Vergleich zum Vorjahr gesunken.

Prognosebericht

Als Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE hängt die Geschäftsentwicklung der Seven.One Entertainment Group GmbH zu einem wesentlichen Teil von der strategischen Ausrichtung der Entwicklung des TV-Geschäfts des Konzerns ab.

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die **Weltwirtschaft** hat 2023 weiter an Schwung verloren, und auch für 2024 rechnen sowohl IWF als auch OECD mit keiner nachhaltigen Belebung: So dürfte die hohe Inflation weiter sinken. Gleichzeitig wird die Geldpolitik aber vorerst restriktiv bleiben, was weiterhin mit höheren Finanzierungskosten verbunden ist. Erst im weiteren Jahresverlauf könnten sinkende Leitzinsen in den USA und der Eurozone für eine Entlastung der Wirtschaft sorgen. Wann und in welcher Geschwindigkeit sie kommen, ist allerdings unklar und hängt stark von der weiteren Konjunktur- bzw. Inflationsentwicklung ab.

Vor diesem Hintergrund dürfte die US-amerikanische Wirtschaft nach überraschend guter Vorjahresentwicklung etwas an Tempo verlieren. Der IWF rechnet hier mit real plus 2,1 Prozent, nach plus 2,5 Prozent im Jahr 2023. Auch die chinesische Konjunktur dürfte sich 2024 spürbar abkühlen. Grundlegende strukturelle Probleme, unter anderem im Immobiliensektor, sind hierfür die Ursache. Dies gilt analog für die gesamte Weltwirtschaft. Der IWF erwartet für 2024 daher insgesamt ein weiterhin gedämpftes Wachstum von 3,1 Prozent (Vorjahr: 3,1 %).

Demgegenüber haben sich die Aussichten für die Eurozone etwas verbessert. Angesichts robuster Arbeitsmärkte, sinkender Inflationsraten und deutlich steigender Kaufkraft, sollte die Erholung des privaten Konsums im Jahresverlauf 2024 an Dynamik gewinnen. Der IWF erwartet daher für die Eurozone ein reales Wachstum von 0,9 Prozent, nach 0,5 Prozent im Vorjahr.

Auch die stark exportorientierte **deutsche Wirtschaft** sollte 2024 wieder zulegen können. Die Wachstumserwartungen divergieren jedoch erneut deutlich: Das Bruttoinlandsprodukt dürfte laut Prognosen zum Jahresende 2023 real zwischen 0,5 Prozent (IWH, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle) und 0,9 Prozent (IfW) wachsen. Besonders vorsichtig ist die Bundesbank, sie erwartet ein Plus von real 0,3 Prozent. Positive Impulse werden angesichts des verhaltenen globalen Umfeldes vor allem vom privaten Konsum erwartet.

Die Prognosen für den privaten Konsum liegen zwischen real plus 0,9 Prozent (RWI, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung; Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., DIW) und 1,7 Prozent (IfW). Voraussetzung für die Konsumbelebung ist, dass die Inflation im Jahresverlauf 2024 weiter absinkt und die Reallöhne kräftig wachsen. Die Schätzungen für die Inflation reichen von jahresdurchschnittlich 2,1 Prozent (RWI) bis 3,0 Prozent (IWH), nach 5,9 Prozent im Jahr 2023. Hier liegen gleichzeitig große Unsicherheiten: Sollten sich die Einkommen bzw. die Inflation anders entwickeln als derzeit erwartet, könnte sich die Konsumbelebung weiter verzögern. Hinzukommen die Spannungen aus dem geopolitischen Umfeld und insbesondere dem Russland-/Ukraine-Krieg sowie dem Nahostkonflikt.

ERWARTETE ENTWICKLUNG WICHTIGER KONJUNKTURINDIKATOREN
in Prozent, 2024p

	Deutschland
Bruttoinlandsprodukt (real)[1]	0,3–0,9
Privater Konsum (real)[2]	0,9–1,7
Inflationsrate[3]	2,1–3,0

1 Bundesbank; IfW.
2 RWI, DIW; IfW.
3 RWI; IWH.

Künftige branchenspezifische Rahmenbedingungen

Der Entertainment-Markt dürfte laut der Studie „German Entertainment & Media Outlook 2023-2027“ der PricewaterhouseCoopers GmbH („PricewaterhouseCoopers“) 2024 ein Volumen von insgesamt 43,1 Mrd Euro erreichen (+1,5 % im Vergleich zum Vorjahr), davon sind 12,5 Mrd Euro (2023: 11,8 Mrd Euro) Ausgaben für digitale Entertainment-Angebote. Im Prognosezeitraum bis 2027 dürfte der digitale Entertainment-Markt jährlich um 5,0 Prozent wachsen, wobei unter anderem für den Streaming-Sektor ein dynamisches Wachstum erwartet wird.

Auf die weitere Entwicklung der Ausgaben für Entertainment-Angebote werden – neben strukturellen Entwicklungen im Zuge der Digitalisierung – makroökonomische Indikatoren einen starken Einfluss haben. Dies gilt auch für die gesamte Werbebranche, so dass die Prognosen für die einzelnen Mediengattungen unterschiedlich sind: Für die gesamten Werbeausgaben im Jahr 2024 prognostizieren die Mediaagenturen Magna Global und ZenithOptimedia ein Plus von 4,3 Prozent bzw. 3,5 Prozent netto. Dieses Wachstum wird – wie im Jahr 2023 – von der Entwicklung im Online-Markt getragen. So dürfte dieser zwischen 7,6 Prozent (ZenithOptimedia) und 7,8 Prozent (Magna Global) wachsen. Gleichzeitig wird für das lineare TV erneut ein Minus erwartet. Hier liegen die Prognosen der Netto-Werbeausgaben derzeit bei minus 0,5 Prozent (ZenithOptimedia) bis minus 3,1 Prozent (Magna Global). Diese hohe Divergenz ist darauf zurückzuführen, dass die makroökonomischen Entwicklungen nach wie vor

mit Unsicherheit behaftet sind und daher auch die Visibilität des besonders konjunktursensitiven TV-Werbemarktes begrenzt bleibt.

Diese Implikationen haben wir in unserer Finanzplanung berücksichtigt. Wir werden unser Umsatzportfolio konsequent diversifizieren und so auf die veränderten Nutzungsinteressen reagieren. So treiben wir beispielsweise mit innovativen Werbeprodukten unter dem Dach von Advanced TV die digitale Transformation voran, indem wir unsere Werbeprodukte „smarter" gestalten. Denn je passgenauer Werbung ist, desto höher der Mehrwert für unsere Werbekund:innen wie auch unsere Zuschauer:innen. Dazu verknüpfen wir die Vorteile der digitalen Welt – wie etwa datenbasierte Ausspielungsmöglichkeiten – mit unserer hohen Reichweite im TV. Dadurch erweitern wir unsere Vermarktungsmöglichkeiten – sowohl im linearen Umfeld als auch auf unserer Streaming-Plattform Joyn.

Unternehmensausblick[1]

Die Prognosen für den Werbemarkt divergieren und für das Jahr 2024 antizipieren wir für die gesamten Werbeausgaben einen leichten Anstieg. Gleichzeitig reagiert der Werbemarkt sehr sensitiv auf konjunkturelle Entwicklungen und insbesondere auf die Stimmung bzw. Ausgabenneigung der Verbraucher:innen. Die Unsicherheit bezüglich der makroökonomischen Entwicklung wird sich im Geschäftsjahr 2024 fortsetzen. Aktuell gehen die Ökonom:innen von einer leichten konjunkturellen Erholung in der DACH-Region in 2024 aus. Diese Rahmenbedingungen und Annahmen haben wir in unserer Finanzprognose für das Geschäftsjahr 2024 berücksichtigt. Wir konzentrieren uns auf profitables Wachstum, wobei wir auch mit Kostenmaßnahmen gezielt auf die konjunkturelle Entwicklung reagieren.

Wir gehen davon aus, unsere Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 20- bis 59-Jährigen auf hohem Niveau halten zu können, insbesondere auch aufgrund unseres weiteren Fokus auf lokale Inhalte und lokale Entertainment Formate.

In 2024 werden wir uns weiterhin darauf fokussieren, unser Entertainment-Geschäft lokaler, digitaler und synergetischer aufzustellen und organisch zu wachsen. Für die Seven.One Entertainment Group GmbH planen wir auf Grund der Agenturprognosen für den Werbemarkt in 2024 als auch der prognostizierten konjunkturellen Entwicklung beim Umsatz eine leicht steigende Entwicklung im unteren einstelligen Prozentbereich. Beim adjusted EBITDA erwarten wir insbesondere aufgrund von höheren Ausgaben im Programmbereich eine leicht rückläufige Entwicklung im unteren

[1] Prognosen hinsichtlich der finanziellen Entwicklung basieren auf IFRS-Kennzahlen.

einstelligen Prozentbereich. Für das EBITDA prognostizieren wir einen signifikanten Anstieg, da das Jahr 2023 aufgrund von Sondereffekten und daraus resultierenden Abschreibungen im Bereich des Programmvermögens stark beeinträchtigt war.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 22. Februar 2024 eine konzerninterne Reorganisation beschlossen, die unter anderem darauf zielt, die Seven.One Entertainment Group GmbH in die Joyn GmbH, die derzeit vollständig von der Seven.One Entertainment Group GmbH gehalten wird, einzubringen und die Joyn GmbH sodann in eine im alleinigen Anteilsbesitz der ProSiebenSat.1 Media SE stehende Tochtergesellschaft einzubringen. Die Reorganisation wurde am 5. März 2024 vom Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE genehmigt und wird zur Zustimmung bei der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. April 2024 vorgelegt. Infolge der konzerninternen Reorganisation würde der Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und der Seven.One Entertainment Group GmbH unterjährig im Geschäftsjahr 2024 beendet und ein neuer Ergebnisabführungsvertrag zwischen der Joyn GmbH und der Seven.One Entertainment Group GmbH abgeschlossen werden. Mit diesem Schritt würden nach dem Beendigungszeitpunkt erwirtschaftete zukünftige Ergebnisse der Seven.One Entertainment Group GmbH zunächst nicht mehr an die ProSiebenSat.1 Media SE, sondern an die Joyn GmbH abgeführt werden.

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die Seven.One Entertainment Group GmbH

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2023 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Seven.One Entertainment Group GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2023 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2023.

- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahres-

abschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Rechnungslegung und Vermögensschädigungen) oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als das Risiko, dass aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts

relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;

- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;

- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Unternehmens;

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung

der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Berlin, 18. März 2024

EY GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Mielke	Klopp
Wirtschaftsprüferin	Wirtschaftsprüferin

Beschluss über die Feststellung des Jahresabschlusses zum 31.12.2023 der Seven.One Entertainment Group GmbH :

Die Gesellschafter der Seven.One Entertainment Group GmbH haben mit Gesellschafterbeschluss vom 18.03.2024 den Jahresabschluss zum 31.12.2023 mit einer Bilanzsumme von 3.315.106.783,88 Euro festgestellt.